

中国展览业信息系列发布

中国 2022 展览经济发展报告

Annual Report on China's Exhibition Industry

CCPIT



中国国际贸易促进委员会
CHINA COUNCIL FOR THE PROMOTION OF INTERNATIONAL TRADE

中国展览经济发展报告（2022）



中国国际贸易促进委员会
CHINA COUNCIL FOR THE PROMOTION OF INTERNATIONAL TRADE

中国展览经济发展报告 2022

主办：中国国际贸易促进委员会

编纂出版单位：

中国国际贸易促进委员会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）

中国国际贸易促进委员会研究院

总编纂委员会

主 任：

张慎峰 中国国际贸易促进委员会副会长

执行主任：

邬胜荣 中国国际贸易促进委员会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）副部长（副主任）（主持工作）

赵 萍 中国国际贸易促进委员会研究院副院长（主持工作）

副主任：

舒 寰 中国国际贸易促进委员会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）副部长（副主任）

刘英奎 中国国际贸易促进委员会研究院副院长

项目统筹：

章书靖 中国国际贸易促进委员会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）展览管理处处长

敦志刚 中国国际贸易促进委员会研究院国际投资研究部负责人

业务支持：

中国国际贸易促进委员会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）：章书靖、方可、孙扬、段建荣、黄嘉

中国国际贸易促进委员会产业促进部：周建秀

中国国际贸易促进委员会研究院：刘英奎、敦志刚、李媛、秦邦媛

中国国际贸易展览中心集团公司信息部：袁航、张希、李敏

撰 稿：刘英奎、敦志刚、李媛、秦邦媛、袁航、宋恩泽、黄玲妹、蔡孟玉

校 对：敦志刚、李媛、秦邦媛

翻 译：柴玉梅、孙丹、赵相宜

译 审：景芳、韩凯

特别感谢：袁再青、储祥银、刘大可、俞华、许锋

报告电子版下载地址：

中国贸促会展览公共服务网 (<https://exhibition.ccpit.org/>)

中国贸促会研究院官网 (<http://www.ccpit-academy.org/>)

前言

一、《报告》编制背景、意义

2022年，世界经济缓慢复苏，全球展览业陆续重开市场。全球展览业协会（UFI）发布的《UFI 全球展览行业晴雨表》报告显示，全球展览业复苏步伐加快，展览业平均收入呈明显增长，已达到 2019 年收入水平的 73%。

2022 年是党的“二十大”胜利召开之年，是向第二个百年奋斗目标进军和实施“十四五”规划关键之年，也是国内外宏观环境更加严峻、疫情冲击远超预期、“三重压力”明显加大之年，面对复杂严峻的国际国内形势，中国展览界坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，在各部门、各地方的大力支持下，锐意改革、守正创新，与国家经贸事业发展同向同行，积极稳妥应对挑战，境内展览在疫情长尾效应施压下艰难复苏，赴境外参展办展助力外贸企业出海抢订单，全国新建展馆供给水平继续保持稳定增长，四大国家经贸类展览彰显中国对外开放新格局，迪拜世博会中国馆荣获“世博会奖”铜奖，充分展示了中国展览业韧性强、潜力大、空间广且长期向好的基本特性与发展趋势，开启了构建“中国式”展览业高质量发展的新格局，为推动国家经济建设、构建新发展格局、引领产业转型升级、促进科技创新、加强中外交流、促进制造业高质量发展，为保障中国经济稳中有进、高质量发展、全年国内生产总值突破 120 万亿元做出了应有贡献。同时，中国展览经济的稳步恢复也为世界各国共享中国市场机遇、共同推动包括展览业在内的全球经济加快复苏发展提供了新机遇。

为全力配合国家外经贸战略，进一步发挥中国贸促会贸易投资促进功能作用，更好服务疫情下外贸企业开拓国际市场，也为展览业界提供权威的信息资源，为政府相关部门提升展览管理和服务水平、制定展览业政策和发展规划提供参考依据，中国贸促会展览管理部（国展局和世博会事务办公室）委托中国贸促会研究院编制《中国展览经济发展报告（2022）》（以下简称《报告》）。自 2005 年以来，中国贸促会已连续 18 年发布年度《中国展览经济发展报告》，发出行业声音，在国内外展览业界产生了积极影响，产生了较强的行业发展导向作用。

2022 年《报告》延续中国展览业回顾与展望、国内展览发展概况、出国展览发展概况、中国展馆发展概况、迪拜世博会中国馆概况、国家重大经贸类展览概况、中国城市展览

业发展案例等内容，全面、准确、及时反映中国举办展（博）览会状况。

二、《报告》研究方法

报告在撰写过程中综合采用了数据分析、比较分析和文献分析等多种研究方法，归纳提取有价值的信息并形成结论，以揭示各展览指标内在的数量关系、规律和发展趋势。

数据分析法。中国国内展览数据主要由中国国际展览中心集团公司信息部采集统计，数据来源于贸促系统会员单位、相关展馆及国内公开媒体信息。《报告》以 1807 个采集到面积信息的经贸类展览数据为基础，在对展览数量进行统计时，对同一组展方、同一时间、同一地点举办的多个近似行业展览，如组展方将其明确区分，则本报告将其分开统计；如组展方无明确区分，则合并统计。《报告》涉及的 2022 年以前的展览数据均来源于当年的《中国展览经济发展报告》。

中国展馆相关数据来源于中国国际展览中心集团公司信息部数据库，参照全球展览业协会（UFI）对展馆市场统计的标准，对全国 134 个城市（不含港澳台）的 251 个展馆进行统计调查，从中筛选出室内可租用面积大于等于 5000 平方米，且 2022 年实际投入运营，并举办 2 个以上经贸类展览的专业展馆进行统计与分析。据此，2022 年定义的实际投入运营的中国展馆市场包含 126 个专业展馆，室内可租用总面积约 952 万平方米。

比较分析法。关于中国国内展览发展，《报告》分析了 2022 年相对于 2021 年展览数量和展览面积两个指标的变化情况，并从地区分布、规模分布、行业分布和组展单位四个方面进行比较分析。

关于中国展馆发展，《报告》分析了 2022 年相对于 2021 年展馆数量和面积两个指标的变化情况，并从地域与规模分布、市场与运营等层面进行比较分析，从中归纳出各指标的变化规律，真实反映 2022 年中国展览业的发展动态。

文献分析法。通过国家图书馆，知网和万方两大互联网文献库，以及国际展览局（BIE）、全球展览业协会（UFI）、国际大会及会议协会（ICCA）、国际展览与项目协会（IAEE）和德国展览业协会（AUMA）等权威专业机构，广泛收集国内外展览相关信息资料及研究报告，进行深入分析研究，从中总结 2022 年中国展览业发展的特点，预测 2023 年乃至今后一定时期中国展览业发展的趋势。

目 录

前 言

第一部分 2022 年中国展览业发展概括

第一章 2022 年中国展览业发展回顾与 2023 年展望	1
第二章 2022 年中国国内展览发展概况	4
第三章 2022 年中国出国展览发展概况	20
第四章 2022 年中国展馆市场概况	31

第二部分 2022 年中国展览业重大项目

第五章 迪拜世博会中国馆概况	46
第六章 2022 年中国国家重大经贸类展览概况	48

第三部分 2022 年中国城市展览业发展案例

第七章 2022 年深圳市展览业发展分析	55
第八章 2022 年厦门市展览业发展分析	58
第九章 2022 年绍兴市展览业发展分析	61

附 录

附录一 2022 年中国内地前 20 位经贸展览数量面积一览表（按省区市划分）	65
附录二 2022 年中国内地经贸展览数量面积一览表（按行业划分）	66
附录三 2022 年中国内地实际投入运营场馆数量及总可租面积一览表	68
附录四 2022 年中国内地实际投入运营可租面积超过 5 万平方米场馆一览表	69

第一章 2022 年中国展览业发展回顾与 2023 年展望

本章以 2022 年中国展览业主要活动及获取的一手调研资料为基础，对 2022 年中国展览业的总体运行状况进行简要回顾，并展望 2023 年发展前景。

一、2022 年中国展览业发展态势

2022 年是党的二十大召开之年，也是全面建设社会主义现代化国家、向第二个百年奋斗目标进军的开局之年。中国展览业立足新发展阶段，贯彻新发展理念，在推动国家经济建设、构建新发展格局中发挥了重要作用，总体呈现如下六大发展态势：

（一）华东和华南地区继续领跑全国展览业发展

据不完全统计，2022 年，中国境内共举办经贸类展览 1807 个，展览总面积 5576 万平方米。按照区域发展格局看，以长三角为代表的华东地区和以珠三角为代表华南地区办展数量分别为 758 个和 373 个，全国占比分别为 41.9% 和 20.6%；办展面积分别为 2248 万平方米和 1341 万平方米，全国占比分别为 40.3% 和 24.1%。从城市分布来看，南京、广州和深圳办展数量排名全国前三，占比分别为 7.9%、7.0% 和 6.7%；深圳、广州和南京办展面积排名全国前三，占比分别为 10.8%、8.0% 和 6.7%。成都、郑州、武汉、重庆等中西部地区城市展览业也在快速崛起。

（二）轻工业类展览依然占据行业主导地位

从行业分布看，展览数量从多到少依次是轻工业类展览、重工业类展览、服务业类展览和农业类展览，办展数量分别为 755 个、467 个、400 个和 106 个，全国占比分别为 47.3%、29.3%、25.1% 和 6.6%。食品饮料烟酒、家具木工机械和建筑材料等轻工业类展览在办展数量和办展面积上居各行业之首，重工业类展览数量和面积继续保持第二位，这也从侧面反映出中国实体经济具有较强发展韧性。

（三）中小规模展览成为疫情下主办方最优选择

2022 年，在中国境内举办的所有规模展览中，1 万至 3 万平方米的中小规模展览最多，共 727 个，占比 45.6%；其次是 3 万至 5 万平方米的中型规模展览，共 330 个，占比 20.7%；5 万至 10 万平方米、1 万平方米以下和 10 万平方米以上规模展览紧随其后，分别为 225 个、208 个和 106 个，占比分别为 14.1%、13.0% 和 6.6%。

（四）“同城多馆”现象成为各城市展馆建设的特点

2022年中国展馆市场中，有2个以上展馆实际投入运营的城市数量达到31个，占比37%。其中，广州、武汉和青岛各有4个展馆实际投入运营，并列2022年中国实际投入运营展馆数量最多的城市；北京、长沙、长春、南京、沈阳、济南等6个城市各有3个展馆实际投入运营，并列第2方阵。

（五）新建展馆供给水平在疫情背景下逆势增长

受疫情影响，2022年实际投入运营的展馆数量为126个，比2021年减少25个，降幅约为16.6%；室内可租用总面积约952万平方米，比2021年减少约82万平方米，同比下降7.9%。与此同时，2022年，全国展馆建设并未停下脚步，一大批省级重点展馆项目顺利落成，大型展馆项目合计新增可用面积50余万平方米，包括济南黄河国际会展中心、烟台八角湾国际会展中心、兰州新区丝路绿地国际会展中心、广交会展馆四期、宁波国际会议中心等建成并投入使用，国家会展中心（天津）二期、北京新国展二期、国家会议中心二期、杭州大会展中心、厦门新会展中心、长春市国际会议会展中心等重点展览设施在建或拟建，展馆总供应量继续保持稳定增长趋势。

（六）出国（境）展览助力外贸企业出海拓市场

2022年，受疫情影响，中国企业主要通过“代参展”等创新形式走出国门拓展市场，确保了企业不缺席国际大型展会。2022年11月，企业出国线下参展逐步恢复，从中国贸促会出国展览审批看，组展单位出国参展办展热情高涨，有效促进了外贸保稳提质。2022年，中国贸促会组织举办13个出国展览项目，包括12个线上展和1个线下展，吸引1.1万家参展商和11.5万专业观众，采购商发布需求1.8万条，在线洽谈1.8万人次，达成意向成交额超过7千万美元。

2022年3月31日迪拜世博会落下帷幕，中国贸促会代表中国政府筹建的中國館获得大型和超大型自建馆建筑类“世博会奖”铜奖，中国馆“华夏之光”闪耀迪拜世博园，期间组织各省区市经贸文化交流活动24场，促成中国企业签署合作协议100多项。

二、2023年中国展览业前景展望

2023年，随着中国对新冠病毒感染实施“乙类乙管”和一系列稳经济措施的持续出台，中国经济呈现企稳回升的良好态势，在此背景下，中国展览业发展将呈现五大趋势：

（一）线下展览全面复苏

经济回暖给展览业和展览企业注入新的活力，诸多政策利好让展览界持续看好展览业发展前景，第133届广交会和第三届消博会等展会相继回归线下，让展览业看到了全国展览活动恢复的确定性和发展机遇，可以预见今年展览业将出现积极强劲全面的复苏。

（二）展览题材更加丰富

未来中国展览业发展将结合新一代信息技术、生物技术、新能源、新材料、高端装备、绿色环保等新兴产业领域拓宽展览新题材；随着中国经济的复苏向暖，以提升传统消费、发展服务消费、培育新型消费、倡导绿色低碳消费等为题材的展览也将实现快速增长。中国贸促会将举办首届全球中国国际供应链促进博览会，这是全球第一个以供应链为题材的展览会。首届预计 10 万平米，将有 5 条链，包括清洁能源链、绿色农业链、智能汽车链、数智科技链、健康生活链等，从纵向、横向角度展示。纵向，就把产业链上游、中游和下游关键环节和节点展示出来，让疫后很多企业在这里能找到各自供应链的配对；横向，也将展示物流、金融、法律等服务贸易，为产业链服务。这是中国贸促会为全球工商界搭建的供应链国际合作又一国家性重要平台。

（三）展览方式创新多元

数字经济与展览经济的交汇融合正成为趋势，大数据和智能化将有力推动业态模式和管理服务创新，AI 等新技术将增强数字展览的沉浸式体验，展馆管理的数字化将推动客商有效对接。

（四）出国办展迎来新机遇

中国将着眼于促进外贸稳规模优结构和高质量共建“一带一路”，重点推动在发展中国家、新兴市场国家和战略性新兴领域参展办展，同时兼顾发达国家标志性强、含金量高的行业知名展会，助力企业出海拓市场。截至目前，中国贸促会已受理全国组展单位组织中国企业赴德国、美国、俄罗斯、日本、越南等 55 个国家和地区的参展办展项目 930 项，计划参展办展面积超过 56 万平方米。

（五）开放合作进一步加深

面向东盟、东北亚、南亚、中东欧、西亚非洲等区域的多双边、区域性展会将会越办越好。国内展览机构将与国际知名的展览业组织、行业协会、展览企业等实现深度合作，在充分引进国际重要展会、著名展览企业的同时，更加注重将中国展览公司、展览品牌植入国际市场。

第二章 2022 年中国国内展览发展概况

一、数据说明

据不完全统计，2022 年共采集到 1831 个展览举办信息。其中，经贸类展览共计 1807 个，占全部展览数量的 98.7%，经贸类展览总面积约 5576 万平方米。下文仅对 1807 个采集到面积信息的经贸类展览进行归类统计分析。

本报告中经贸类展览共涉及中国境内 31 个省、自治区和直辖市（不包括香港、澳门特别行政区及台湾地区）。下文中的“全国”也仅指代中国境内 31 个省、自治区、直辖市。

表 2.1 本报告经贸类展览数据涉及省、自治区、直辖市列表

安徽	北京	重庆	福建	广东
广西	甘肃	贵州	河北	河南
黑龙江	湖北	湖南	海南	江苏
江西	吉林	辽宁	内蒙古	宁夏
青海	上海	山东	山西	陕西
四川	天津	西藏	新疆	云南
浙江				

注：所列省、自治区、直辖市按字母顺序排列。

二、地区分布

2022 年，受新冠疫情影响，中国展览数量和展览面积均出现下滑，全年共举办经贸类展览 1807 个，同比下降 38.7%；展览总面积 5576 万平方米，同比下降 41.1%。

（一）区域分布

1. 办展数量：华东继续保持首位

2022 年，华东地区共举办展览 758 个，全国占比 41.9%；其次是华南和华中地区，分别举办展览 373 个和 201 个，占比分别为 20.6% 和 11.1%；西南、西北地区分别举办展览 160 个和 113 个，占比分别为 8.9% 和 6.3%；华北和东北地区分别举办展览 112 个和 90 个，占比分别为 6.2% 和 5.0%。

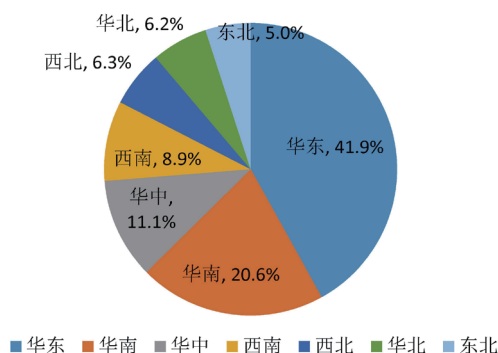


图 2.1 2022 年各区域展览数量占比情况

同 2021 年相比，2022 年华北地区办展数量减少 245 个，同比下降 68.6%；东北地区减少 109 个，同比下降 54.8%；华东地区减少 501 个，同比下降 39.8%；西南地区减少 40 个，同比下降 20%；华中地区减少 87 个，同比下降 30.2%；华南地区减少 163 个，同比下降 30.4%；西北地区增加 3 个，同比上涨 2.7%。

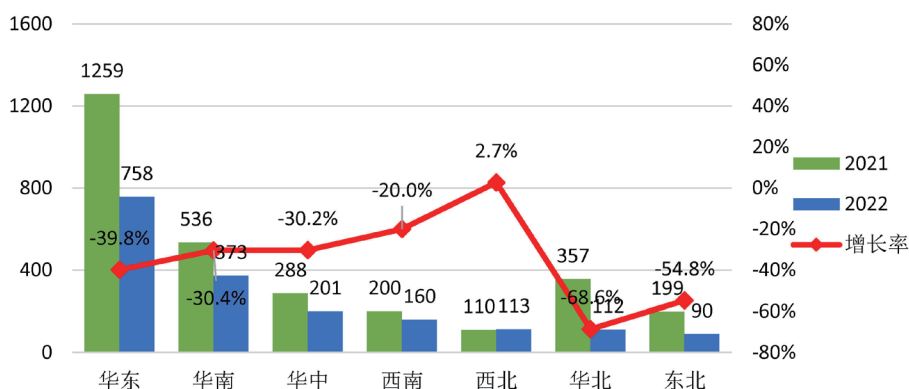


图 2.2 2021—2022 年各区域展览数量分布变化情况（单位：个）

2. 办展面积：华东占比仍然领先

2022 年，华东地区展览面积 2248 万平方米，全国占比 40.3%；华南地区展览面积 1341 万平方米，占比 24.1%；西南地区展览面积 561 万平方米，占比 10.1%；华中和东北地区展览面积分别为 502 万平方米和 333 万平方米，占比分别为 9.0% 和 6.0%；展览面积最少的两个地区华北和西北地区展览面积分别为 311 万平方米和 280 万平方米，占比分别为 5.6% 和 5.0%。

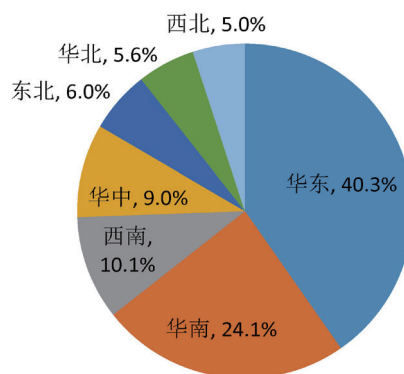


图 2.3 2022 年各区域展览面积占比情况

同 2021 年相比，2022 年华北地区展览面积减少 659 万平方米，同比下降 67.9%；华东地区减少 1849 万平方米，同比下降 45.1%；东北地区减少 178 万平方米，同比下降 34.9%；华南地区减少 593 万平方米，同比下降 30.7%；华中地区减少 200 万平方米，同比下降 28.5%；西南和西北地区分别减少 210 万平方米和 34 万平方米，同比分别下降 27.2% 和 10.8%。

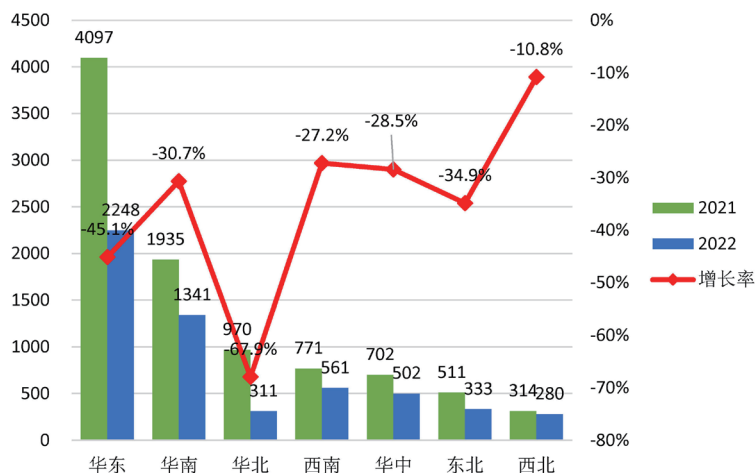


图 2.4 2021—2022 年各区域展览面积分布变化情况（单位：万平方米）

（二）省份分布

1. 办展数量：广东、江苏和浙江位居前三

2022 年，广东省共举办展览 314 个，全国占比 17.4%，较 2021 年同比下降 25.1%；江苏省共举办展览 260 个，占比 14.4%，同比下降 15.3%；浙江省共举办展览 176 个，占比 9.7%，同比下降 10.7%。

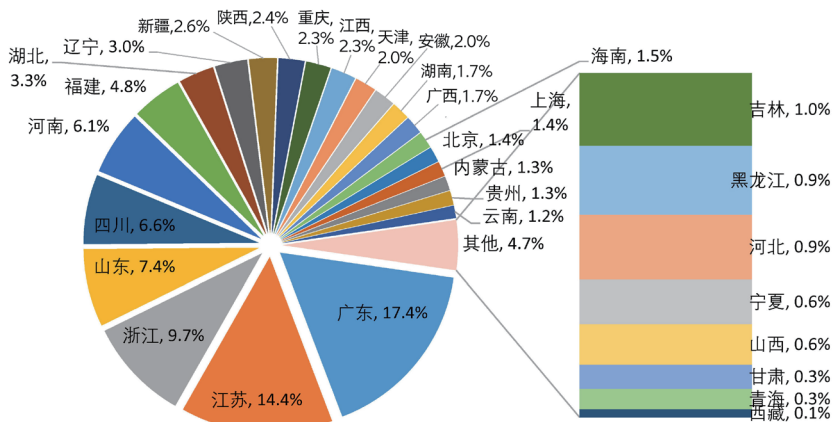


图 2.5 2022 年中国各省（自治区 / 直辖市）展览数量占比分布

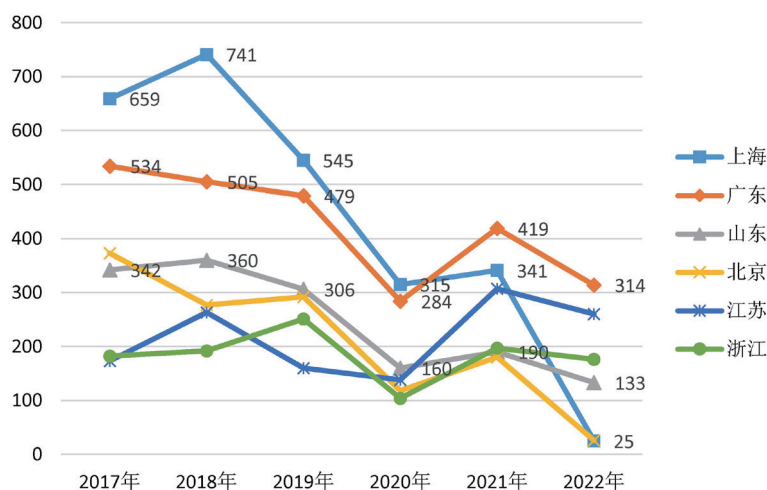


图 2.6 2017-2022 年中国主要展览省（自治区 / 直辖市）展览数量变化情况（单位：个）

据统计，全国共有 5 个省（自治区 / 直辖市）办展数量超过 100 个，分别是广东、江苏、浙江、山东和河南。上述 5 个省（自治区 / 直辖市）合计举办展览 993 个，占全国展览总数的 54.9%；全国共有 4 个省（自治区 / 直辖市）举办展览数量在 50-100 个之间，合计办展 272 个，占全国展览总数的 15.1%。

表 2.2 2022 年举办 50 个以上展览省（自治区 / 直辖市）列表

序号	省或直辖市	展览数量（个）
1	广东	314
2	江苏	260
3	浙江	176
4	山东	133
5	四川	119
6	河南	110
7	福建	86
8	湖北	60
9	辽宁	55

2. 办展面积：广东、江苏和山东位居前三

2022 年，广东省举办展览面积为 1180.64 万平方米，全国占比 21.2%；江苏省共举办展览总面积为 623.99 万平方米，占比 11.2%；山东省共举办展览总面积为 534.1 万平方米，占比 9.6%。

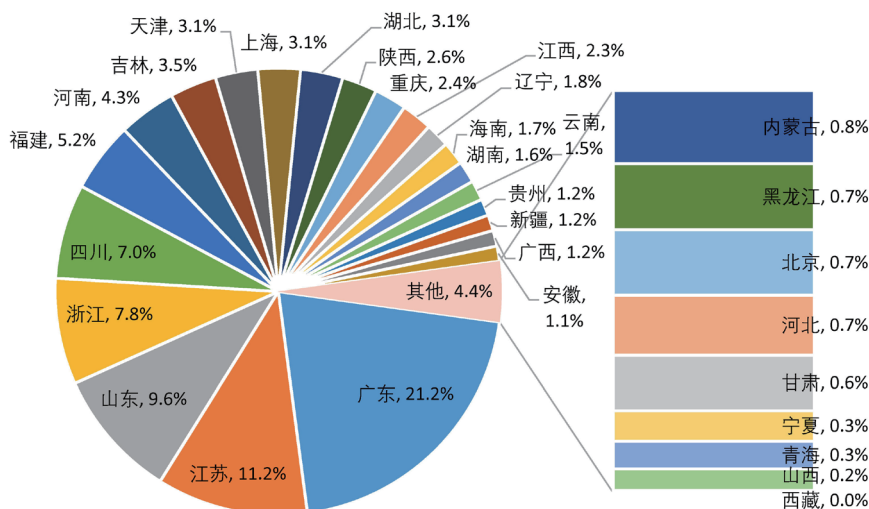


图 2.7 2022 年全国各省（自治区 / 直辖市）展览面积占比分布

据统计，全国只有广东省办展面积超过了 1000 万平方米。江苏省和山东省的办展面积超过 500 万平方米；7 个省（市）办展面积在 100 万 -200 万平方米之间。

表 2.3 2022 年举办 100 万平方米以上展览省（自治区 / 直辖市）汇总

序号	省或直辖市	展览面积（万平方米）	序号	省或直辖市	展览面积（万平方米）
1	广东	1180.64	8	吉林	193.22
2	江苏	623.99	9	天津	175.30
3	山东	534.11	10	上海	174.87
4	浙江	437.41	11	湖北	174.78
5	四川	390.01	12	陕西	144.68
6	福建	288.32	13	重庆	133.50
7	河南	237.55	14	江西	126.78

（三）城市分布

1. 办展数量：南京、广州和深圳排名前三

2022 年，南京市举办展览 142 个，全国占比 7.9%，较 2021 年同比下降 2.0%；广州市举办展览 127 个，占比 7.0%，同比下降 31.7%；深圳市举办展览 121 个，占比 6.7%，同比下降 5.5%；成都市举办展览 107 个，占比 5.9%，同比下降 21.4%；郑州市举办展览 97 个，占比 5.4%，同比下降 31.2%；武汉市举办展览 57 个，占比 3.2%，同比下降 37.4%。

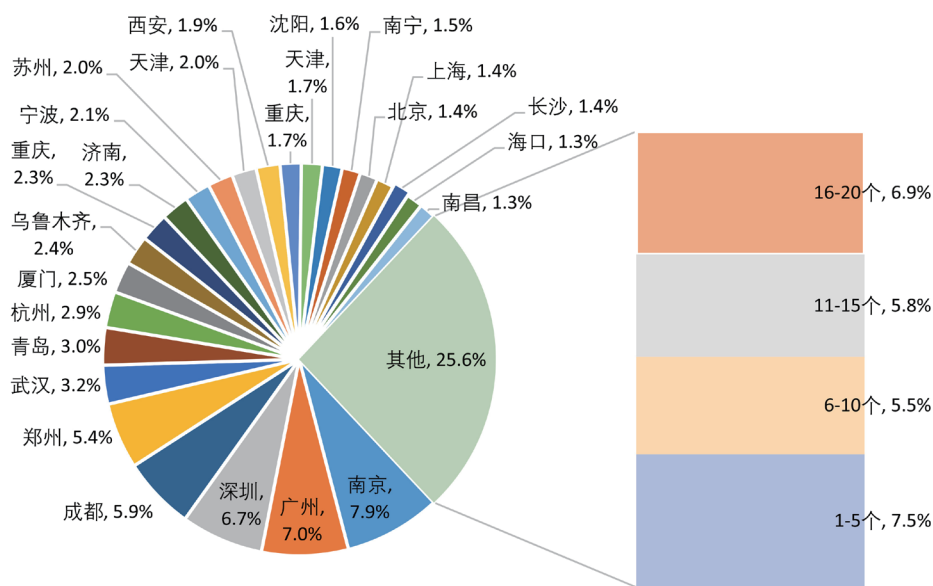


图 2.8 2022 年各城市展览数量占比分布

注：图中“1-5 个、6-10 个、11-15 个、16-20 个”均表示城市所举办的展览的数量，因为考虑到办展城市分析太多，所以进行合并处理。

据统计，全国共有 8 个城市举办展览数量在 50 个以上，比 2021 年减少 8 个。上述 8 个城市合计办展 792 个，约占全国展览总数的 43.8%。

表 2.4 2022 年举办 50 个以上展览城市汇总

序号	城市	数量	序号	城市	数量
1	南京	142	5	郑州	97
2	广州	127	6	武汉	57
3	深圳	121	7	青岛	55
4	成都	107	8	杭州	53

2. 办展面积：深圳、广州和南京排名前三

2022 年，深圳市展览面积为 602 万平方米，全国占比 10.8%，较 2021 年同比上涨 10.7%；广州市展览面积为 447 万平方米，占比 8.0%，同比下降 52.0%；南京市展览面积为 371 万平方米，占比 6.7%，同比上涨 44.0%。

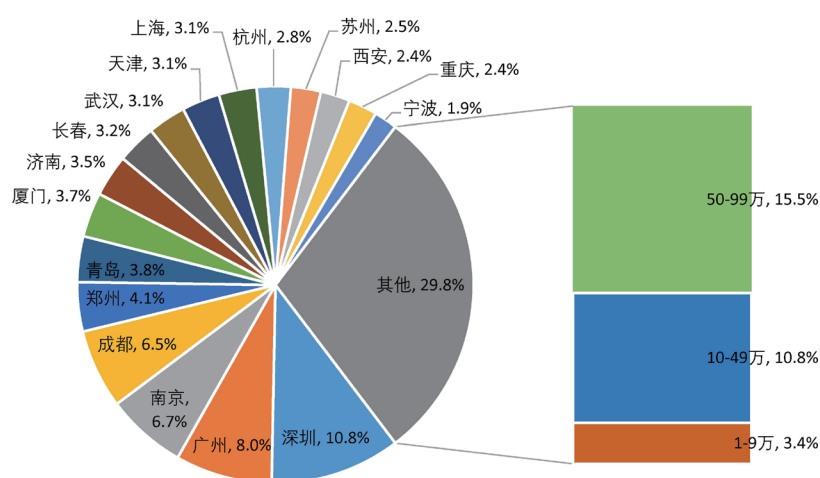


图 2.9 2022 年全国各城市展览面积占比分布

注：图中“1-9 万、10-49 万、50-99 万”均表示城市所举办的展览面积，因为考虑到办展城市分析太多，所以进行合并处理。

此外，2022 年全国共有 7 个城市办展总面积超过 200 万平方米，与 2021 年相比减少 6 个；共有 10 个城市办展面积在 100 万 -200 万平方米，比 2021 年减少 2 个。100 万平方米以上城市合计办展总面积为 3883 万平方米，占全国办展总面积的 69.6%。

表 2.5 2022 年举办 100 万平方米以上展览城市汇总

序号	城市	展览面积（万平方米）	序号	城市	展览面积（万平方米）
1	深圳	602	10	武汉	175
2	广州	447	11	天津	175
3	南京	371	12	上海	175
4	成都	365	13	杭州	157
5	郑州	227	14	苏州	138
6	青岛	211	15	西安	136
7	厦门	205	16	重庆	133
8	济南	193	17	宁波	107
9	长春	181			

三、规模分布

展览规模大小是判断展览价值与地位的重要标准之一，具体评价指标主要有展览面积、展览数量、参展企业数量、专业观众数量等。本报告采用展览面积指标对 2022 年全国展览规模进行测

算，并将展览面积划分为 1 万平方米以下、1 万 -3 万平方米、3 万 -5 万平方米、5 万 -10 万平方米、10 万平方米以上五大类^①。

（一）办展数量：1 万 -3 万平方米规模占比近半

2022 年，在中国境内举办的所有规模展览中，1 万 -3 万平方米规模展览数量在所有规模展览中占比最高。其中，1 万平方米以下规模展览共举办 208 个，占全部规模展览数量的 13.0%，较 2021 年同比下降 72.7%；1 万 -3 万平方米规模展览共举办 727 个，占比 45.6%，同比下降 41.6%；3 万 -5 万平方米规模展览共举办 330 个，占比 20.7%，同比下降 19.5%；5 万 -10 万平方米规模展览共举办 225 个，占比 14.1%，同比下降 21.1%；10 万平方米以上规模展览共举办 106 个，占比 6.6%，同比下降 25.9%。

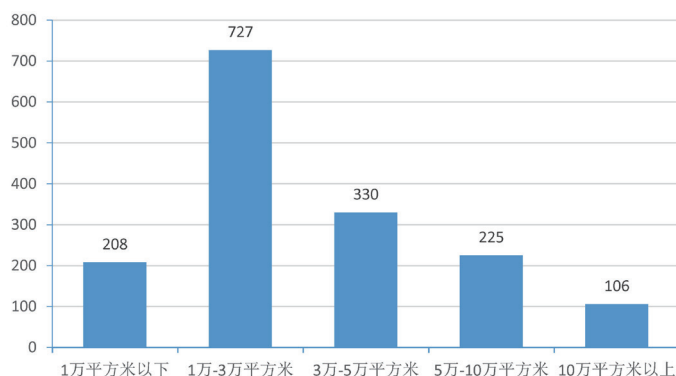


图 2.10 2022 年全国展览不同规模数量情况（单位：个）

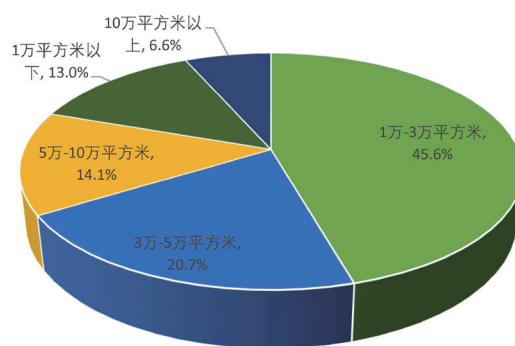


图 2.11 2022 年全国展览不同规模数量占比情况

对比 2022 年和 2021 年展览数量变化，2022 年，1 万平方米以下规模展览数量较 2021 年减少 554 个，同比下降 72.7%；1 万 -3 万平方米规模展览数量减少 518 个，同比下降 41.6%；3 万 -5 万平方米规模展览数量增加 80 个，同比下降 19.5%；5 万 -10 万平方米规模展览数量减少 60 个，同比下降 21.1%；10 万平方米以上规模展览数量减少 37 个，同比下降 25.9%。

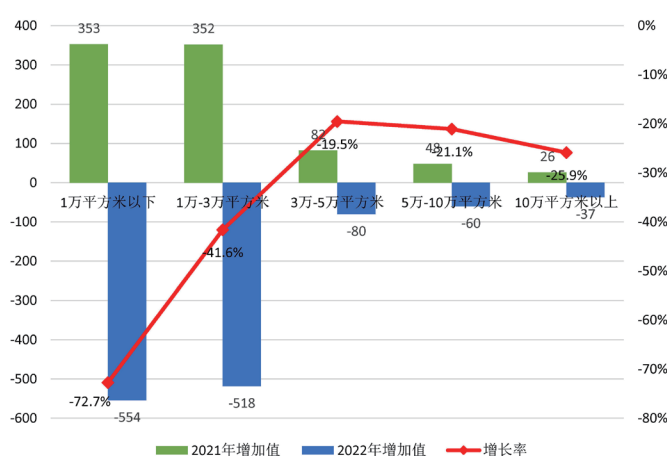


图 2.12 2021-2022 年全国各规模展览数量变化（单位：个）

① 1 万平方米以下指“展览面积≤1 万平方米”；1 万 -3 万平方米指“1 万平方米<展览面积≤3 万平方米”；3 万 -5 万平方米指“3 万平方米<展览面积≤5 万平方米”；5 万 -10 万平方米指“5 万平方米<展览面积≤10 万平方米”；10 万平方米以上指“展览面积>10 万平方米”。

（二）办展面积：5 万平方米以上规模占比过半

2022 年，在中国境内举办的所有规模展览中，10 万平方米以上规模展览面积占比最高，其次是 5 万 -10 万平方米和 1 万 -3 万平方米规模展览。其中，1 万平方米以下规模展览总面积为 128 万平方米，在所有规模展览中占比最低，仅为 2.3%，较 2021 年同比下降 75.5%；1 万 -3 万平方米规模展览总面积为 1229 万平方米，占比 22.5%；3 万 -5 万平方米规模展览总面积为 1150 万平方米，占比 21.1%；5 万 -10 万平方米展览总面积为 1404 万平方米，占比 25.7%；10 万平方米以上规模展览面积为 1550 万平方米，占比 28.4%。

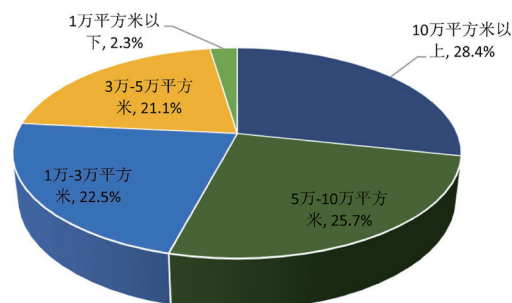
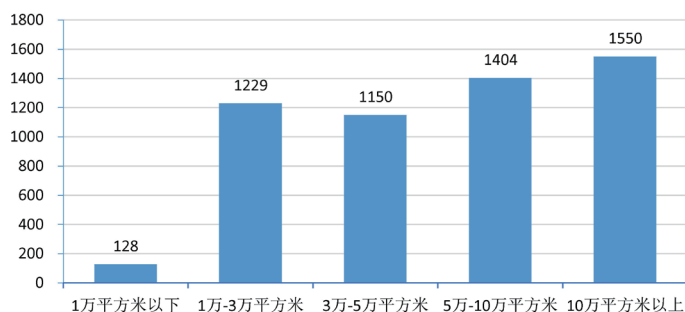


图 2.13 2022 年全国展览不同规模总面积情况（单位：万平方米） 图 2.14 2022 年全国展览不同规模面积占比情况

对比 2022 年和 2021 年展览面积变化数据可以发现，2022 年，1 万平方米以下规模展览面积较 2021 年减少 394.4 万平方米，同比下降 75.5%；1 万 -3 万平方米规模展览面积减少 1332.8 万平方米，同比下降 52.0%；3 万 -5 万平方米规模展览面积减少 233.6 万平方米，同比下降 16.9%；5 万 -10 万平方米规模展览面积减少 329.2 万平方米，同比下降 19.0%；10 万平方米以上规模展览面积减少 521.8 万平方米，同比下降 25.2%。

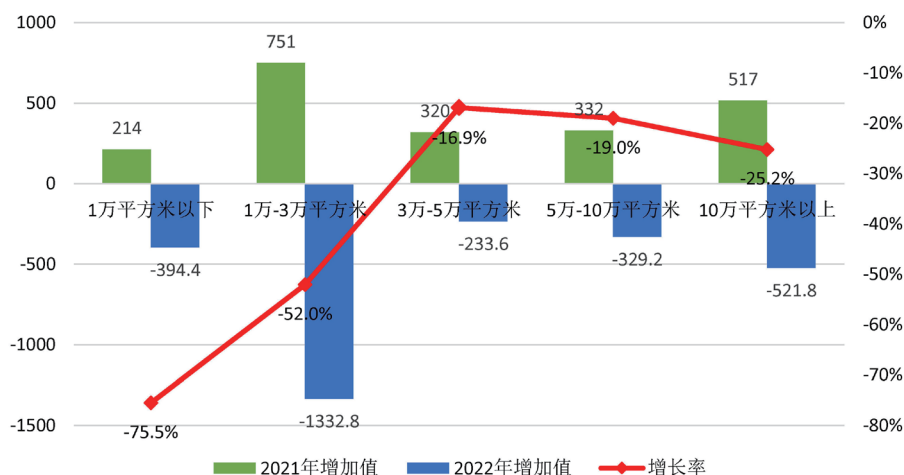


图 2.15 2021-2022 年全国各规模展览面积变化（单位：万平方米）

四、行业分布

本报告将展览分为重工业、轻工业、农业、服务业和专项展览 5 大类。从不同行业展览举办数量看，2022 年，轻工业展览 > 重工业展览 > 服务业展览 > 农业展览 > 专项展览^①，从举办面积看，轻工业展览 > 重工业展览 > 服务业展览 > 农业展览 > 专项展览，展览行业结构与 2021 年基本一致。

（一）总体情况：轻工业类展览数量和面积均位列所有行业之首

2022 年，中国轻工业类展览共举办 755 个，占已知行业分类展览总数的 47.3%；展览总面积约为 2273 万平方米，占已知行业分类展览总面积的 41.6%。重工业类展览共举办 467 个，占比 29.3%；展览总面积约为 1666 万平方米，占比 30.5%。服务业类展览共举办 400 个，占比 25.1%；展览总面积约为 994 万平方米，占比 18.2%。农业类和专项类展览举办数量分别为 106 个和 79 个，占比分别为 6.6% 和 5.0%，展览面积分别为 329 万平方米和 313 万平方米，占比分别为 6.0% 和 5.7%。气泡位置反映各行业展览数量的差别，气泡大小代表展览面积的大小。

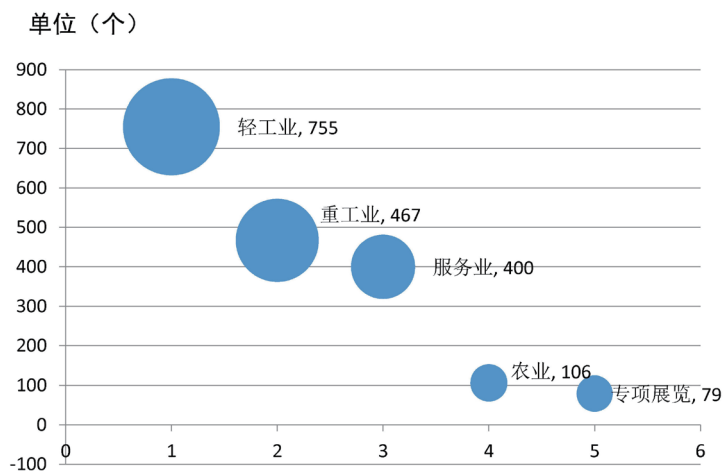


图 2.16 2022 年展览行业分布

同 2021 年相比，从展览数量看，轻工业类展览数量减少 469 个，同比下降 38.3%；重工业类展览数量减少 261 个，同比下降 35.9%；服务业类展览数量减少 287 个，同比下降 41.8%；农业类展览数量减少 79 个，同比下降 42.7%；专项类展览数量减少 46 个，同比下降 36.8%。从展览面积看，轻工业类展览面积减少 1546 万平方米，同比下降 40.5%；重工业类展览面积减少 809 万平方米，同比下降 32.7%；服务业类展览面积减少 829 万平方米，同比下降 45.5%；农业类展览面积减少 297 万平方米，同比下降 47.4%；专项类展览面积减少 233 万平方米，同比下降 42.6%。

^① 专项展览主要指专业科技展、国家地区展和以进出口商品贸易为主的综合型展览。

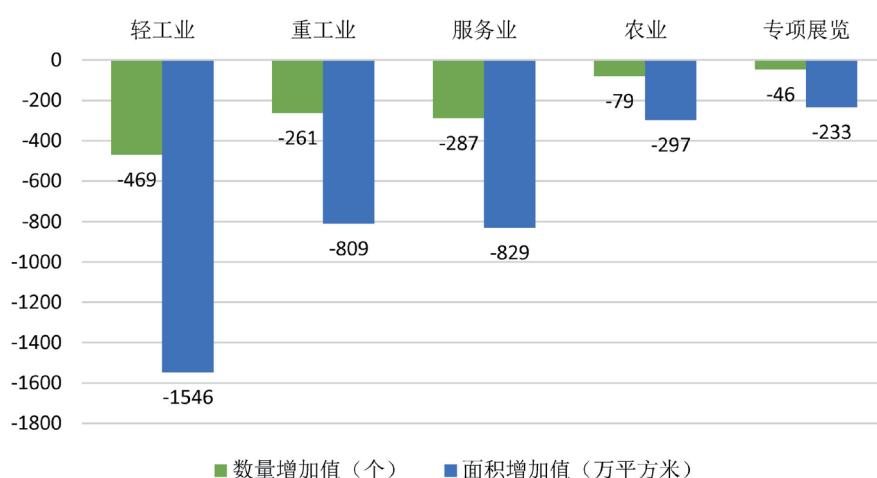


图 2.17 2021-2022 年展览行业布局

（二）轻工业细分行业：食品饮料烟酒类展览数量和面积均为最高

从展览数量看，在 2022 年举办的所有轻工业类展览中，食品饮料烟酒类展览数量最多，共举办 164 个，相对于 2021 年减少 90 个，同比下降 35.4%；其次是家具木工机械类展览，共举办 133 个，相对于 2021 年减少 38 个，同比下降 22.2%；建筑材料类展览位列第三位，共举办 69 个，相对于 2021 年减少 65 个，同比下降 48.5%；其他消费品类展览共举办 43 个，相对于 2021 年减少 33 个，同比下降 43.4%；广告摄影器材展览共举办 28 个，相对于 2021 年减少 10 个，同比下降 26.3%。

表 2.6 2022 年十大轻工业细分行业类展览数量

序号	细分行业	展览数量	序号	细分行业	展览数量
1	食品饮料烟酒	164	6	包装纸张印刷	29
2	家具木工机械	133	7	美容美发	44
3	建筑材料	69	8	服装服饰	23
4	其他消费品	43	9	纺织工业	35
5	广告摄影器材	28	10	塑料橡胶	15

从展览面积看，在 2022 年举办的所有轻工业类展览中，食品饮料烟酒类展览办展面积最大，为 609 万平方米，相对于 2021 年减少 177 万平方米，同比下降 22.6%；家具木工机械类展览位居第二位，办展面积为 349 万平方米，相对于 2021 年减少 173 万平方米，同比降低 33%；建筑材料类展览位列第三位，办展面积为 174 万平方米，相对于 2021 年减少 220 万平方米，同比下降 55.9%；其他消费品类展览办展面积为 121 万平方米，相对于 2021 年减少 142 万平方米，同比下降 54%；广告摄影器材类展览以 97 万平方米位列第五，相对于 2021 年减少 53 万平方米，同比下降 35.3%。

表 2.7 2022 年十大轻工业细分行业展览面积

序号	细分行业	展览面积（万平方米）	序号	细分行业	展览面积（万平方米）
1	食品饮料烟酒	609	6	包装纸张印刷	94
2	家具木工机械	349	7	美容美发	90
3	建筑材料	174	8	服装服饰	82
4	其他消费品	121	9	纺织工业	76
5	广告摄影器材	97	10	塑料橡胶	71

案例 1：第四届浙江（温州）进口消费品博览会成为温州推动进口发展的重要举措

为进一步承接中国国际进口博览会溢出效应，2022 年 11 月 17 日 -20 日，由浙江省商务厅、温州市人民政府主办，温州市商务局承办，西麦克国际展览有限责任公司承办的第四届浙江（温州）进口消费品博览会（简称“温州进口展”）在温州国际会展中心成功举办，历时 4 天的博览会以“千年商港，博览天下”为主题，围绕当前促消费政策趋势和民众对消费升级的需要，集中展销了食品饮料、保健品、化妆品、日用品、汽车、游艇等多个与民生息息相关的行业产品，展会期间共接待各界参观人数达到 1 万人次，3000 位专业采购商到会交流洽谈，达成合作意向 20 余个，意向成交额约 2 亿元，取得预期效果。

一是扩大展品范围、提升产品档次。主会场展出总规模约 15000 平方米，吸引了 200 余家展商、3000 余名专业采购商，展出来自 30 个国家（地区）的近 1000 种进口商品。第四届温州进口展在延续邀请各国使领馆组织本国优质特色企业和产品参展的基础上，首次引入私人直升机、私人游艇、豪华轿车、新能源汽车、定制机车等高端消费品。参展的知名品牌有特斯拉、玛莎拉蒂、福特电马、保时捷、川崎机车、台湾嘉信游艇、美国罗宾逊和加拿大贝尔直升机等，为观众呈现了一次海陆空盛宴。

二是首次设立主宾国。本届温州进口展首次打造了展会“主宾国”深度合作模式。作为主宾国“首秀”亮相的加拿大代表团，在一系列高规格合作交流中，更进一步地增进了互相了解、扩大交流与合作领域，实现共赢发展。同期举办的中国（温州）—加拿大经贸对接会，为两地企业深入洽谈搭建面对面交流平台。

三是发挥优势，助推温州开放型经济发展。温州进口展充分发挥展会的平台集聚优势，进一步放大了展会延伸带动效应。嘉信 vvt 新能源游艇在展会期间进行了首发，助推首发首店经济招引提质。展会引入国际一线品牌或者二三线品牌、国内知名品牌进入温州市场，来自加拿大各行的头部企业在华代表（贝尔直升机、温哥华港、露露乐檬、国民银行、加拿大木业等）与十几家温州企业进行了交流，多渠道扩大优质特色商品和服务交流，多模式畅通消费品牌合作。

（三）重工业细分行业：汽车产业类展览数量和面积均为最高

从展览数量看，在 2022 年举办的所有重工业类展览中，汽车产业类展览数量最多，共举办展览 173 个，相对于 2021 年减少 135 个，同比下降 43.9%；其次是电子与自动化类展览，共举办 55 个，相对于 2021 年减少 34 个，同比下降 38.2%；建筑工程机械类展览位列第三位，共举办 44 个，相对于 2021 年减少 16 个，同比下降 26.7%；工业设备维修类展览共举办 42 个，相对于 2021 年减少 12 个，同比下降 22.2%。

表 2.8 2022 年十大重工业细分行业展览数量

序号	细分行业	展览数量	序号	细分行业	展览数量
1	汽车产业	173	6	化工石化产品	21
2	电子与自动化	55	7	铸造冶金焊接	16
3	建筑工程机械	44	8	IT 及通讯	13
4	工业设备维修	42	9	石材采矿设备	11
5	电气电力能源	35	10	水技术及处理	11

从展览面积看，汽车产业类展览办展面积最大，为 739.1 万平方米，相对于 2021 年减少 377 万平方米，同比下降 33.8%；其次是电子与自动化类展览，办展面积为 198 万平方米，相对于 2021 年减少 141 万平方米，同比下降 41.5%；工业设备维修类展览位列第三位，办展面积为 131.9 万平方米，相对于 2021 年减少 32 万平方米，同比下降 19.5%；建筑工程机械类展览办展面积为 124.9 万平方米，相对于 2021 年减少 77 万平方米，同比下降 38%。

表 2.9 2022 年十大重工业细分行业展览面积

序号	细分行业	展览面积（万平方米）	序号	细分行业	展览面积（万平方米）
1	汽车产业	739.1	6	化工石化产品	74.0
2	电子与自动化	198.0	7	电气电力能源	73.0
3	工业设备维修	131.9	8	铸造冶金焊接	62.3
4	建筑工程机械	124.9	9	石材采矿设备	52.0
5	机床模具	103.8	10	IT 及通讯	43.0

案例 2：2022 浙江义乌国际智能装备博览会云端开启展会新模式

2022 年 3 月 15 日至 17 日，由浙江省经信厅、省科技厅、省商务厅、义乌市政府共同主办，中国机电产品进出口商会承办的 2022 浙江义乌国际智能装备博览会（以下简称“装博会”）在线上举办，近 800 家参展商、2300 余件商品参展，超 45 万人次线上观展、参会，参展商数量为线下展的两倍之多，总体成果丰硕，主要体现在以下三个方面：

一是首次完全线上举办，永不落幕的装博会内容及形式再度升级。装博会全面升级永久线上展示平台，汇集“云资讯、云展商、云展区、云论坛、云访谈、云对接、云供采”等七大场景。吸引了来自全国十余个省（区、市）以及美国、德国、俄罗斯、尼泊尔等国家和地区的 800 余家企业参展，其中境外品牌及企业近 100 家。本届装博会开幕式论坛在新华网客户端线上同步直播，吸引超 156 万人次观看。全网累计曝光量超 2100 万次。

二是构建供需对接大平台，拓展企业国际贸易新渠道。创新“3+365”办展模式，持续助力产业链供应链精准对接。为中外展商客商搭建永久交流平台，展前带领参展商走访台州、温州、湖州、嘉兴等重点下游应用行业集聚区，覆盖企业近千家。展会期间举办智能装备行业、机床行业、塑料模具行业产业对接会等多场线上对接活动，与来自巴基斯坦、印度尼西亚、俄罗斯、尼泊尔等国的采购商及境内重点行业买家进行了 1100 余场次精准对接，最终共达成意向采购金额超 2 亿元。

三是有效推动浙江装备制造业高质量发展。本届装博会特设浙江省首台（套）装备专区，突出展示浙江省关键技术创新成果。重点展示近年来浙江省培育认定的首台（套）装备和解决“卡脖子”关键核心技术和产品产业化的重点项目。首设智慧农业展区，吸引了来自以色列的 A.R.I、Bermad、BIE Group 等多家智慧农业水处理、灌溉技术企业参展。同时，首次引入联合国采购，邀请来自联合国开发计划署、联合国粮农组织等机构的采购官详细介绍联合国采购的特点、采购规则及采购流程，辅导企业更好地学习和借鉴联合国采购的先进经验和实践。

（四）服务业细分行业：医药医疗保健类展览数量、面积均居首位

从展览数量看，在 2022 年举办的所有服务业类展览中，医药医疗保健类展览位列第一位，共举办 101 个，相对于 2021 年减少 67 个，同比下降 39.9%；休闲时尚艺术旅游类展览排在第二位，共举办 94 个，相对于 2021 年减少 87 个，同比下降 48.1%；公共安全防伪类展览位列第三位，共举办 34 个，相对于 2021 年减少 13 个，同比下降 27.7%；公共服务业类展览共举办 28 个，相对于 2021 年减少 5 个，同比下降 15.2%；交通运输物流类展览共举办 28 个，相对于 2021 年减少 4 个，同比下降 12.5%。

表 2.10 2022 年十大服务业细分行业展览数量

序号	细分行业	展览数量	序号	细分行业	展览数量
1	医药医疗保健	101	6	环境保护	28
2	休闲时尚艺术旅游	94	7	教育培训招聘	20
3	公共安全防护	34	8	特许经营	15
4	公共服务业	28	9	酒店设备	11
5	交通运输物流	28	10	休闲时尚艺术	10

从展览面积看，医药医疗保健类展览位居办展面积之首，为 269 万平方米，相对于 2021 年减少 182 万平方米，同比降低 40.3%；休闲时尚艺术旅游类展览位居第二，办展总面积为 192 万平方米，相对于 2021 年减少 173 万平方米，同比降低 47.4%；公共服务业类展览位列第三位，办展总面积为 99 万平方米，相对于 2021 年增加 47 万平方米，同比上升 89.1%；公共安全防护类展览办展总面积为 65 万平方米，相对于 2021 年减少 57.5 万平方米，同比降低 46.9%。

表 2.11 2022 年十大服务业细分行业展览面积

序号	细分行业	展览面积（万平方米）	序号	细分行业	展览面积（万平方米）
1	医药医疗保健	269	6	教育培训招聘	61
2	休闲时尚艺术旅游	192	7	休闲时尚艺术	54
3	公共服务业	99	8	环境保护	48
4	公共安全防护	65	9	酒店设备	45
5	运输交通物流	62	10	特许经营	35

案例 3：2022 中国跨境电商交易会成为中国跨境电商第一展

2022 中国跨境电商交易会（简称跨交会）于 2022 年 6 月 1 日—3 日在福建福州海峡国际会展中心成功举办，成为了 2022 年全国首个举办的跨境电商行业展。作为数字外贸新平台，连续两年在办展规格、展会规模、买家数量质量及展会成效等多方面创全国第一，已成为响誉业内的中国跨境电商第一展。

一是主办方实力强大，突出国家级平台效应。在疫情跨境电商风口期荟源集团创新与商务部外贸发展事务局、福建省进出口商会联合创办中国跨交会。首创跨交会即得到了中国外贸界、跨境和会展界的强烈持续关注，并带来了一系列联动效应。

二是贸易对接成果丰硕，带动消费大提升。2022 年春季跨交会展会规模达 7.2 万平米，设立了跨境电商供货商、平台、综合服务商、独立站等展区，吸引了来自全国 20 多个省市 2000 多家

企业参展，覆盖全球 50 多个跨境电商平台和 200 多家知名跨境电商服务商，展出涵盖数码、家居、母婴、鞋服、汽配等跨境电商热销品类商品超百万个。

三是致力国内外双循环，拉动区域产业升级。跨交会从创立之初即融入国家战略，着眼于全球视野，兼顾国内国际两个市场，促进国内外跨境优质资源对接。同时致力于展现福建、广东乃至全国在跨境电商物流和外贸产业带上的优势特点，充分发挥跨境电商第一展的平台效应，持续推动“数字中国”和举办地区域跨境电商产业升级，助力产业新高地建设。

案例 4：2022 年黄河流域跨境电商博览会奏响新时代“黄河大合唱”的崭新篇章

由青岛市人民政府、山东省商务厅、商务部外贸发展事务局共同主办的 2022 年黄河流域跨境电商博览会于 8 月 26 日 -28 日在青岛西海岸新区成功举办。博览会以“梦起黄河，同心共赢”为主题，举办论坛、展览、专题等 3 大类 28 项活动，积极推动黄河流域 9 省（区）跨境电商互利合作，共赢发展。

一是展商云集，展品丰富。作为跨境电商专业合作交流的盛会，展出规模达到 2 万平米，沿黄省区 40 个特色产业带以及全球知名跨境电商平台、服务商共 400 多家企业参展，展出产品 1.22 万余种，覆盖 38 个国家和地区，知名品牌占参展规模 70%。参加展览观众 4.5 万人次，其中专业采购商 8986 人次，现场成交额达到 3700 余万元，达成意向合同额 2.83 亿元，经贸合作交流成效显著。博览会创新打造“进口 + 出口”一站式商贸对接平台，涵盖国内电商、跨境出口电商、进口电商及各传统 B 端客商和采购商。天猫国际、阿里国际站、亚马逊、谷歌、来赞达等众多国际跨境电商知名平台、服务商盛装亮相。

二是抢抓机遇，搭建平台。积极响应“一带一路”倡议，把握 RCEP 市场新机遇，聚焦区域共同繁荣发展，全力打造黄河流域跨境电商专业展会重要平台。博览会期间，黄河流域各省区与全国优秀跨境电商行业专家深度交流，构建起集形象展示、产品推介、贸易洽谈、行业论坛、专题活动等为一体的跨境电商交流服务平台，打造推动黄河流域跨境电商产业和开放型经济发展的新引擎。

三是“线上 + 线下”结合，打造永不落幕博览会。本届展会采用“线上 + 线下”结合的形式，线上平台首次在国内实现实景 VR 看展和新一代远程参展技术结合，提高线上参展的体验感，做到 VR 实景逛展，365 天随时见面，打造永不落幕的线上博览会，累计线上观众点击数 26.7 万余人次。

第三章 2022 年中国出国展览发展概况

出国举办展（博）览会（以下简称“出国展览”）是配合实施国家“一带一路”等重大战略及多双边和区域经贸合作，助力外贸企业获取海外订单、拓展贸易市场、参与国际竞争最直接、最有效的渠道。本章主要介绍数字展览和“代参展”、中国贸促会首批审批的 15 个出国展览项目和中国贸促会 13 个重点出国（境）展览项目。

一、数字展览和“代参展”助力外贸企业出海拓市场

2022 年，国外一些知名展会陆续恢复线下举办，国际买家采购需求旺盛。但受国内外疫情影响，中国出国展览仍面临一定挑战，阻碍了中国外贸企业通过展览与国外客商对接，影响中国企业开拓海外市场和扩大出口贸易。在此背景下，中国组展单位和参展企业积极以“参加国外线上展览”“代参展”“远程线下办展”等创新形式在国外举办经济贸易展览会，接轨全球展览行业复苏势趋，助力中外企业保持和拓展国际贸易渠道。

（一）数字展览成为线下展览的重要补充

2022 年，新冠疫情对全球展览的影响继续恶化，线下展览向数字化转变不断加速，各大展览企业积极寻找线下展览的替代模式。“贸促云展”平台运用现代信息技术全面拓展、提升贸易促进、商务服务功能，其服务开展的中国国际新能源产业数字展览会、2022 中国——东盟国际贸易数字展览会、第十届中国国际咖啡展览会、2022 云上消费周等数字展会对助力中外企业保持和拓展国际贸易渠道、增进中外经贸交流与合作，做出了积极贡献。中国——东北亚博览会、中国——东盟博览会、中国——阿拉伯国家博览会、中国国际投资贸易洽谈会、中国西部国际博览会、中国——中东欧国家博览会、中国国际智能产业博览会等一大批政府主导型展览活动积极借助数字展览融汇线上线下，联结国内国际，以数字经济新时代展览业创新发展理念为引领，累计服务上万家参展商，吸引上百万专业卖家入场，助力中外企业保持和拓展国际贸易渠道。

案例 1：2022 年 10 月越南胡志明市国际建材“盈拓 VR 优展服务” 创新海外拓客新模式

盈拓国际展览有限公司充分利用自身优势，将互联网最新技术应用于国际会展，创新“VR 优展服务”这种海外拓客新模式，为难以出国参展的中国外贸企业解决拓客难题，并为后疫情时

代的国际会展模式闯出新路，受到客户的一致好评。2022 年盈拓国际展览有限公司共计带领中国 297 家企业参加了全球 31 个国家的 55 个展会项目，企业复购率高达 35%，其中 11% 的客户复购订展 5 个以上，最高复购订展客户全年采购 30 个展会项目。超高的复购率，充分显示“盈拓 VR 优展服务”的吸引力和生命力。

盈拓 VR 优展服务有以下三大特色：

一是创新服务模式新颖。打通线上、线下参展服务模式，突破国别、网络、技术和现场服务瓶颈，让中国客户足不出户，得以参加境外线下展会，并在 VR 技术、数据库技术应用和标准化客服的加持下，实现平均单展超过 360 家的专业买家配对，效果堪比线下参展。

二是“高性价比”夯实未来出展新路。采用“盈拓 VR 优展服务”参加境外展会，参展成本为线下参展的 1/5，但专业买家平均匹配度接近甚至大于线下参展数据。这一成果令许多中国企业在后疫情时代，增加新的参展模式选择，可实现参展“分身”和“以点带面”的拓客策略。

三是数字服务、标准化服务优化外展新能力。疫情令国际展览服务再也回不到从前，外展企业仅靠差价服务难以满足现实客户需求。盈拓 VR 优展服务，集成所有展会所需数字服务工具，如“沉浸式展示”、视频会议、时时数据服务、虚拟会场等，用数字服务功能提升客户拓客水平，数字服务将外成为展企业的主要服务能力。此外，盈拓国际展览有限公司用 2 年时间打造了 30 多个“全球商务中心”，通过标准化培训和盈拓信息平台，优化和提升展会现场参展助理的服务能力，从而助力买家与国内客户的互动沟通。30 多个全球商务中心上百人的服务队伍，在盈拓优展服务平台上标准化所有服务动作，给中国外展这一传统产业打上现代化服务符号。

（二）“代参展”等创新展为外贸企业拓展海外市场提供了新渠道

“代参展”是指在企业人员无法到达境外展会现场的情况下，将展品委托驻外的分支机构、合作伙伴、华人华侨等，或委托展览公司组织现场工作人员代替参展企业负责现场接待，国外采购商通过扫描二维码获取展品信息，或者利用展位现场的通信工具，与国内企业人员进行线上洽谈的双线融合新模式。这种展会新形式既有效弥补了参展企业海外参展的限制，又能为企业现场和采购商沟通提供可能。代参展模式主要具备以下四点优势：一是有效保留了实体展会现场的各个要素。代参展人员普遍精通当地语言、熟悉当地情况，沟通交流无障碍，同时参展货品运输到国外，能基本满足现场采购商“看得见”、“摸得着”、“谈得了”的需求；二是不受疫情影响，化解当前国际旅行禁令。通过实时视频，代参展人员现场收集名片及客户信息，后期扫描传输回国内等方式，达到展商“家中坐”、生意“跨洋谈”；三是节省参展企业人力成本、时间成本。展会期间，参展企业只需驻守在电脑前，无需支出高昂的人员出国经费、隔离费用，也不用承担回国航班随时可能熔断、人员滞留国外的风险；四是来自国内同行的竞争压力变小，更易“脱颖而出”。2022 年，在海外采购商未明显减少的情况下，受疫情限制，各大展会的中国参展企业数

量锐减，这为少数排除万难亲自参展或委托代展的中国企业提供了更多的机遇。

2022年，中央和地方先后发布实施关于企业出国“代参展”相关的鼓励、补贴政策。2022年5月26日，国务院办公厅印发《关于推动外贸保稳提质的意见》，提出“进一步帮助外贸企业抓订单、拓市场，支持中小微企业以境内线上对口谈、境外线下商品展等方式参加境外展会”。2022年8月，中国贸促会发布《关于受理以创新形式在国外举办经济贸易展览会申请有关工作的通知》（贸促展管〔2022〕22号），支持企业以“参加国外线上展览会”“代参展”“远程线下办展”等创新形式赴海外参展办展，将创新办展项目视同为线下到国外参展办展，核发项目批件，全年共完成两批分别22项、94项创新形式出展项目审批。浙江省在全国率先出台“代参展”支持政策，鼓励外贸企业借助“代参展”新模式应展尽展、全力出展，帮助外贸企业拓市场抢订单，力保外贸基本盘。广东省商务厅在2022年5月发布《关于做好“粤贸全球”广东线下境外国际性展会有关工作的通知》（粤商务贸函〔2022〕117号），更是明确将“代参展”模式纳入“粤贸全球品牌工程”，对广东省外贸企业以代参展模式参加境外线下展给予支持。2022年，中国企业产品通过国外“代参展”模式走出国门，巩固老客户，结识潜在客户，发展新客户，也为自己将来在疫情结束之时的全面发展赢得了先机，确保了企业不缺席国际大型展会，助力企业“保订单、增订单”。

表 3.1 2022 年以创新形式在国外举办的部分经济贸易展览会

展会名称	组展单位	国别	城市	展出内容	展出形式	展出时间	实际展出面积	参展企业数
浙江国际贸易沙特展览会	浙江远大国际会展有限公司	沙特阿拉伯	吉达	建材产品	代参展	2022-12-14 至 2022-12-16	810	58
浙江国际贸易（迪拜）展览会	浙江远大国际会展有限公司	阿联酋	迪拜	五金工具	代参展	2022-11-22 至 2022-11-24	1350	80
国际建材展览会	浙江远大国际会展有限公司	越南	胡志明市	建材、五金、卫浴	代参展	2022-12-14 至 2022-12-18	99	7
国际贸易展览会	浙江远大国际会展有限公司	沙特阿拉伯	吉达	日用品、工业及机械设备、消费类电子及家电、纺织皮革及日用消费品、食品及设备、汽车配件及装饰用品	代参展	2022-12-14 至 2022-12-16	171	11
国际礼品及时尚家居用品展览会	浙江远大国际会展有限公司	阿联酋	迪拜	消费品、礼品、餐厨、文具	代参展	2022-11-15 至 2022-11-17	81	4
国际汽车零配件及售后服务展览会	浙江远大国际会展有限公司	阿联酋	迪拜	汽车零部件、汽车维修及保养、汽车用品	代参展	2022-11-22 至 2022-11-24	423	45
国际体育用品展览会	浙江远大国际会展有限公司	德国	慕尼黑	体育用品、户外用品、运动面料	代参展	2022-11-28 至 2022-11-30	66	6
辽宁出口商品（日本大阪）展览会	辽宁省商务厅	日本	大阪	机电设备、冶金石化、轻工建材、纺织服装、农产品食品、礼品消费品等行业企业及产品	远程线下办展	2022-11-29 至 2022-12-01	4000	146
中国（澳大利亚）纺织服装服饰展览会	中国纺织品进出口商会	澳大利亚	墨尔本	纺织服装、服饰、鞋类及鞋材、配饰	远程线下办展	2022-11-15 至 2022-11-17	1494	151

展会名称	组展单位	国别	城市	展出内容	展出形式	展出时间	实际展出面积	参展企业数
国际家具展览会	浙江远大国际会展有限公司	俄罗斯	莫斯科	各类家具、家具配件、五金件、装饰品、灯具、地毯及地面铺贴、窗帘布艺	代参展	2022-11-21 至 2022-11-25	180	9
国际纸制品、文具及办公用品展览会	浙江远大国际会展有限公司	阿联酋	迪拜	办公用品、学校用品、文具礼品、创意用品、贺卡、日历、办公用纸、透明纸、家用纸品	代参展	2022-11-15 至 2022-11-17	45	3
浙江国际贸易（马来西亚）展览会暨浙江出口商品（马来西亚）交易会	浙江远大国际会展有限公司	马来西亚	吉隆坡	机械电子展区、家居用品展区、食品展区	代参展	2022-12-02 至 2022-12-04	1350	75
中国（南非）贸易博览会	浙江米奥兰特商务会展股份有限公司	南非	约翰内斯堡	家具及配件、纺织服装、建筑材料、装修材料、工业机械及设备	远程线下办展	2022-11-15 至 2022-11-17	2025	121
中国（波兰）贸易博览会	浙江米奥兰特商务会展股份有限公司	波兰	华沙	家具及配件、纺织服装、建筑材料、装修材料、工业机械及设备	远程线下办展	2022-11-24 至 2022-11-26	1854	119
中国（巴西）贸易博览会	浙江米奥兰特商务会展股份有限公司	巴西	圣保罗	家具及配件、纺织服装、建筑材料、装修材料、工业机械及设备	远程线下办展	2022-12-08 至 2022-12-10	4644	264
中国（印度）贸易博览会	浙江米奥兰特商务会展股份有限公司	印度	孟买	家具及配件、纺织服装、建筑材料、装修材料、工业机械及设备	远程线下办展	2022-12-13 至 2022-12-15	2079	150
国际水处理设备展览会	浙江远大国际会展有限公司	马来西亚	吉隆坡	节水技术、节水设备、污水处理设备、膜与膜组件、泵阀管件。	代参展	2022-12-07 至 2022-12-09	99	6
中国（阿联酋）贸易博览会	浙江米奥兰特商务会展股份有限公司	阿联酋	迪拜	家具及配件、纺织服装、建筑材料、装修材料、工业机械及设备	远程线下办展	2022-12-19 至 2022-12-21	4005	258
国际五金及手动工具展览会	浙江远大国际会展有限公司	越南	胡志明市	电动、气动工具及耗材、手工具、磨料磨具、电池、金属加工工具	代参展	2022-12-01 至 2022-12-03	180	14

二、线下出国展览的恢复举办助力外贸企业出海抢订单

2022 年，党中央、国务院先后部署出台多轮稳外贸政策，支持企业出境参展，保订单、拓市场。随着疫情防控的全面放开，中国加快恢复组织企业线下出国参展，重点推动在发展中国家、新兴市场国家和战略性新兴领域参展办展，同时兼顾发达国家行业知名展会，进一步助力企业出海拓商机，帮助企业抢抓订单、开拓市场，促进外贸保稳提质。

（一）中国贸促会推出恢复出国经贸展览的多项举措

2022 年以来，中国贸促会作为出国参加举办经贸展览会的管理部门，按照党中央、国务院决

策部署，顺应企业出国参展的迫切期待，坚持统筹疫情防控和出国经贸展览审批管理，及时推出恢复出国经贸展览的多项针对性举措，帮助外贸企业缓解燃眉之急。中国贸促会积极推进赴重点国家、重点行业、重点展会的出国经贸展览项目试点审批工作。经商外交部、商务部、移民局、民航局等有关部委，中国贸促会于2022年11月初发布《关于做好出国经贸展览首批试点审批项目有关工作的通知》（贸促展管〔2022〕26号），对经公开征集的首批2022年11月至2023年2月之间，由22家组展单位组织的35个出国经贸展览项目开展试点审批，核发项目批件。同时，为指导执行出国经贸展览试点项目的组展单位做好新冠肺炎疫情防控工作，中国贸促会起草并征求了国家卫生健康委员会意见，发布了《关于出国举办经济贸易展览会试点审批项目团组新冠肺炎疫情防控工作指南》。

（二）首批出国经贸展览以参展形式为主

从展出形式看，中国在境外举办展（博）览会的展出形式主要有出国参展和出国办展两种。在2022年11月至2023年2月首批出国展览项目中，中国出国参展仍是主流趋势。

其中，出国参展13项，参展面积约为15637平方米；主要分布在德国、意大利、美国、俄罗斯、阿联酋、印度、日本等7个国家；组织单位主要有中国国际展览中心集团有限公司、浙江远大国际会展有限公司、中国中轻国际控股有限公司、中纺广告展览有限公司、中国电子国际展览广告有限责任公司、中国国际商会、西麦克国际展览有限责任公司、中艺新国际展览（北京）有限公司、贸促会上海浦东分会和贸促会汽车行业分会等10家；参展内容涉及纺织、汽配、体育用品、电子、消费品等领域，组展规模最小的约90平方米，最大的达1万平方米。

出国办展2项，办展面积约为17100平方米；主要为中国（墨西哥）贸易博览会和中国（阿联酋）贸易博览会；组织单位主要是浙江米奥兰特商务会展股份有限公司，办展内容涉及家纺、服装及服饰照明及灯饰、家具及配件、建材产品、工业机械及设备等领域。

（三）企业出国参办展成果丰硕

从已实施的出国经贸展览试点项目看，企业反馈参办展收获颇丰。以亚洲纺织成衣展为例，超过九成参展企业达成意向成交，每家企业平均结识有效客户超过50个，其中新客户高达60%。中国（墨西哥）贸易博览会作为墨西哥最大的中国自主品牌展，吸引了来自墨西哥及周边地区1万多名买家到场参观，实现10478场线上商洽，共计助力西子电梯科技有限公司、杭州热联集团股份有限公司、科尔卡诺集团有限公司等650家中国企业走向全球市场。作为疫情后首次开展的全球顶级专业电子元器件展，参展企业表示此次展会效果超出预期，现场见到了很多老客户。

表 3.2 2022 年 -2023 年出国经贸展览首批试点审批项目

序号	展（博）览会名称	组展单位	国家	城市	展出形式	展出时间（月）	展出天数	展出内容	展出面积（平方米）
1	国际体育用品博览会	中国国际展览中心集团有限公司	德国	慕尼黑	参展	2022-11	3	体育用品	1080
2	国际汽车零配件及售后服务展览会	浙江远大国际会展有限公司	阿联酋	迪拜	参展	2022-11	3	汽车零配件及售后服务	180
3	国际电子元器件博览会	中国国际展览中心集团有限公司	德国	慕尼黑	参展	2022-11	4	电子元器件	1080
4	国际自行车和摩托车展览会	中国中轻国际控股有限公司	意大利	米兰	参展	2022-11	6	自行车、摩托车等	495
5	中国（墨西哥）贸易博览会	浙江米奥兰特商务会展股份有限公司	墨西哥	墨西哥城	单独办展	2022-11	3	家纺，服装及服饰照明及灯饰，家具及配件，建材产品等	9900
6	亚洲纺织成衣展览会	中纺广告展览有限公司	日本	东京	参展	2022-12	3	服装、面料、家纺、服饰、辅料	10000
7	中国（阿联酋）贸易博览会	浙江米奥兰特商务会展股份有限公司	阿联酋	迪拜	单独办展	2022-12	3	家具及配件、纺织服装、建筑材料、装修材料、工业机械及设备	7200
8	国际消费类电子产品展览会	中国电子国际展览广告有限责任公司	美国	拉斯维加斯	参展	2023-01	4	消费类电子、视听影音、无人驾驶、汽车电子、智能家居、智慧城市、健康科技、5G、IOT 等	342
9	国际城市、建筑和商业照明展览会	中国电子国际展览广告有限责任公司	阿联酋	迪拜	参展	2023-01	3	各类灯具、灯饰产品	90
10	国际家用及商用纺织品展览会	中国国际商会	德国	法兰克福	参展	2023-01	4	纺织品等	200
11	国际供暖通风、制冷、卫浴、水处理展览会	西麦克国际展览有限责任公司	俄罗斯	莫斯科	参展	2023-02	4	供热产品、空调及通风类产品等	300
12	国际全品类消费品展览会	中艺新国际展览（北京）有限公司	德国	法兰克福	参展	2023-02	5	礼品，室内装饰品和厨房用品、日用陶瓷、家居花园用品以及新增的美容沐浴用品、个人饰品、节日用品等	300
13	国际商场用品展览会	贸促会上海浦东分会	德国	杜塞尔多夫	参展	2023-02	5	店铺装修、装配技术、灯光技术、销售宣传等	270
14	国际塑料工业展览会	西麦克国际展览有限责任公司	印度	新德里	参展	2023-02	5	塑料机械设备等	800
15	国际摩托车及配件展览会	贸促会汽车行业分会	美国	拉斯维加斯	参展	2023-02	3	摩托车、ATV、UTV 及摩托车配件	500

案例 2：第十三届中国（阿联酋）贸易博览会成为年内中国境外最大自办展

第十三届中国（阿联酋）贸易博览会由杭州市人民政府主办，商务部外贸发展事务局、广东省商务厅、宁波市人民政府、温州市人民政府、台州市人民政府、金华市人民政府、东莞市人民政府联合主办，浙江米奥兰特商务会展股份有限公司承办，于 2022 年 12 月 19-21 日在阿联酋迪拜世贸中心举办。本届展会占用近 8 个展馆，展会面积 3 万平米，是 2022 年国内恢复海外办展首批获得国家批准的 15 个试点项目中规模最大的年末收官项目。

展会具有三大特色：

一是全国参与度高。共有来自浙江省、广东省、江苏省、湖南省、山东省等共 10 个省 30 个市地区的 1000 多家外贸企业参与，总摊位数近 1500 个。展品范围涵盖汽摩配、建材、纺织、机械、3C、家电、家居、美容、食品等多个行业；海运展品 361 平方（平均每个展商超出 0.3 个立方）、空运 9900 千克（平均每个展商超过 9 千克）。

二是创新的双线办展模式。本届中国（阿联酋）贸易博览会以创新的“双线办展模式”即（境内线上对口谈、境外线下商品展）的模式举办。有一半以上的展商选择了双线参展，实现了人员不出境，在国内安全的以“线上对口谈”的形式高效参展。

三是成为年内最大规模的“会展+包机”。全国共有近 500 家企业的 800 多名展商参加各地政府组织包机或自行前往阿联酋参展，800 多名参展企业人员，分别从杭州、广州、青岛、重庆、成都等多个口岸出境前往迪拜。其中广东一架包机就有 270 人，成为年内最大人数的包机。同时展会也是疫情以来中国企业实体参与人数最多，规模最大的境外自办展。

三、中国贸促会出境参办展概况

2022 年，面对严峻复杂的国际疫情和世界经济形势，中国贸促会以把出境展览工作纳入外交外贸大局进行统筹谋划，把出境展览工作同高质量共建“一带一路”、稳外贸稳外资、开拓多元化市场等有机结合，以发展中国家、新兴市场国家和战略性新兴产业为重点参展办展，全力组织实施出境展览项目，全年共组织出境展览项目 13 项，包括 12 个线上展和 1 个线下展。其中，12 个线上展涵盖 9 个主要区域市场、14 个全面经济伙伴关系协定国和 8 个上合组织成员国。线下展为中国（澳门）国际文化创意产业博览会。截至 2022 年 12 月 12 日，13 个展览共有 11236 家展商参展，吸引 115813 名专业观众参观，累计参观达 424364 人次。采购商发布采购需求 18425 条，在线交换名片 26473 次，在线洽谈 18386 人次，达成意向成交额约 7351.88 万美元，总体成果丰硕，在服务大局、服务企业、促进对外经贸合作等方面发挥了积极作用。

（一）聚焦“一带一路”沿线国家，服务企业开展务实合作

“一带一路”合作倡议契合中国、沿线国家和地区发展需要，符合有关各方共同利益，顺应地区和全球合作潮流。2022 年，中国贸促会积极举办“一带一路”相关国家数字展览，不断搭建企业对接平台，在协助中国企业开拓国际市场的同时，也吸引国外企业参展并开拓中国市场，分享中国发展红利，实现互利共赢。

其中，2022 年中国——东北亚国际贸易数字展览、2022 年中国——南亚国际贸易数字展览展示了中国先进的装备制造业和行业解决方案，以及在农产品生产、机械加工、医疗防疫等领域适应东北亚、南亚国家及地区发展需求的产品和技术，有效帮助了更多适销对路的中国企业开拓东北亚、南亚市场，同时，帮助东北亚、南亚国家产品进入中国市场开辟新渠道，助力双方企业共享贸易融通和市场开放的红利。

2022 年中国——中东欧国家国际贸易数字展览以中国企业为主体，以中东欧地区国家卖家需求为核心，利用数字展览平台为企业提供在线洽谈机会和精准配对服务，共吸引了 853 家企业参展，超 8000 家采购商在线参观对接，进一步拓宽了中东欧“朋友圈”，不断以中国新发展为中东欧提供新机遇。

（二）深耕 RCEP 相关国家市场，帮助企业用好政策红利

2022 年，《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）正式生效，协定覆盖人口 23.7 亿、区域 GDP 总值 25.6 万亿美元、进出口总额 10.2 万亿美元，在全球总量中三项占比均达 30% 左右，已经成为北美、欧盟、RCEP 世界三大自贸区中规模最大、活力最强、潜能最具预期的自贸区，RCEP 生效对中国进出口企业带来重大利好，随着相关各国就海关程序、检验检疫、技术标准达成的一系列高水平规则落地，RCEP 将显著降低域内贸易成本，提升区域产品竞争力。

2022 区域全面经济伙伴关系协定成员国国际贸易数字展览会以日本、韩国、澳大利亚、新西兰及东盟十国等地区国家买家需求为核心，设 13 个展区，吸引了超 15000 家采购商在线参观对接，展品涵盖纺织服装及智能制造、新能源及设备、汽车及零配件、机电设备、建筑建材、高新技术、服务贸易、电子商务等领域，充分发掘 RCEP 利好政策潜力，推动企业以“RCEP 视角”重新审视自身定位，促进区域产业链、供应链、价值链深度融合。吸引了千余家国内企业参展，展品涵盖基础设施、农产品、建材五金、机械电子、家电及消费电子、日用消费品、交通运输及物流，东盟万余家专业采购商在线观展。

2022 中国——东盟国际贸易数字展览会吸引了千余家国内企业参展，展品涵盖基础设施、农产品、建材五金、机械电子、家电及消费电子、日用消费品、交通运输及物流，东盟万余家专业采购商在线观展，展会设立“今日中国”“中国品牌”“企业服务”板块，推动中国品牌“走出去”，深度融入全球产业链、价值链、物流链，帮助企业进一步打开东盟市场，提升对外贸易质量和水平，

实现互利共赢。

（三）践行对非政策主张，助力中非企业共享开放红利

2017年起，贸促会携手中非发展基金连续三年在非洲举办中非产能合作展，受到非洲举办地政商界的广泛认可。2020年至2022年，贸促会创新展会服务模式，与中非发展基金共同组织五场针对中东西非国家市场的国际贸易数字展，帮助中国企业“保订单”、“稳外贸”，同时为非洲产品走进中国市场提供机会，助力中非企业共享贸易融通和市场开放的红利。

2022年中国—中西非国际贸易数字展览会共吸引811家企业参展，超8000家采购商在线参观对接，展品涵盖农业、制造业、交通运输、信息通讯、商务服务、智能制造、建筑建材、批发零售、基础设施、医疗防疫、美容时尚、劳保安防等领域，展会还设立多个主题展区，“中国品牌”展区突出展示中国品牌企业、产品和服务，树立中国品牌良好形象；“服务贸易”展区优选服务贸易类企业，推动“中国服务”走出去，深度融入全球产业链、价值链、物流链；“今日中国”与“中非经贸信息”专区集中展示了中国发展成就、中非经贸合作情况以及中非双方为构建人类卫生健康共同体而做出的努力。

2022年中国—中东及北非国际贸易数字展览会共有1000余家企业注册参展，吸引了来自中东及北非国家的10000余名专业采购商在线参观，企业展示产品包括医疗器械、建材五金、办公用品、家具家居、礼品、电子消费品、机电、家电、纺织服装、农业、防疫物资等，围绕“产能合作”、“农业与食品”、“家具家居建材”、“纺织与服装”、“智慧城市”及“酒店用品”等6个领域配套举办6场专题对接会，为参展企业和境外客商提供洽谈合作及精准匹配的有效平台。

（四）推动赴中美洲国家办展，推介中国企业和“中国制造”

“中华人民共和国贸易展览”是中国在中美洲地区举办的规模最大、影响力最强的综合性贸易展览，旨在配合国家外贸市场多元化策略，展示中国相关行业中的领先产品、技术、服务及中国在经济、社会、文化、科技等方面的发展成果，提升中国企业和中国产品在当地市场的形象，推进中国企业扩大与中美洲国家多种形式的经贸交流与合作，加深当地人民对中国的了解。经过多年培育发展，“中华人民共和国贸易展览”已成为中国与中美洲各国加强经贸交流合作的重要平台。

2022年中国——中北美洲及加勒比地区国际贸易数字展览紧扣中国和中北美洲及加勒比地区市场需求，共有1000余家企业注册参展，展品类别涵盖纺织服装、医疗器械、建材五金、礼品办公用品、家电家具、消费电子等领域，吸引了来自中北美洲、加勒比地区以及其他地区的10000余家专业客商上线观展对接，进一步推动了中国与中北美洲及加勒比地区经贸合作行稳致远、走深走实。

（五）聚焦战略新兴产业和服务贸易，助力展商与客商精准对接

在全球产业链加速重构背景下，聚焦新能源、文化创意等战略新兴产业和服务贸易，举办了中国国际新能源产业数字展和中国（澳门）国际文化创意产业博览会，推动中国优势产品、技术和服务“走出去”。

2022 年中国国际新能源产业数字展览采用线下线上相融合模式，于“巴西太阳能展”设立线下展区，涵盖太阳能组件、储能、逆变器、充电桩、新能源汽车等重点领域，邀请现场专业观众在展位上与“贸促云展”平台上参展企业进行在线交流、洽谈，共吸引了 400 多家企业参展，来自欧洲、拉美、南亚等重要新能源产业地区的上千家专业观众参与其中。

2022 中国（澳门）国际文化创意产业博览会和中国（澳门）创意产业大会为内地、澳门及相关葡语国家机构、企业间开展务实交流合作搭建了有效平台，凝聚了港澳地区与内地创意人的智慧，加强了澳门与国内外创意企业建立广泛合作，推动澳门建设符合区域特色的创意产业集群，助力澳门打造创意产业发展新高地。

表 3.3 中国贸促会 2022 年出境展览一览表

序号	展览名称	展出类型	国家及地区	展出时间	展期(天)	展出内容	展出面积(㎡)/展商数(家)
1	2022 年中国—大洋洲及南太地区国际贸易数字展览	线上展	澳大利亚、新西兰、斐济、巴布亚新几内亚等大洋洲及南太地区国家	7 月 12 日 -21 日	10	医疗器械、建材五金、办公用品、家具家居、礼品、电子消费品、家电、纺织服装、食品等	405 家
2	2022 年中国—东盟国际贸易数字展览	线上展	印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、泰国、新加坡、文莱、越南、老挝、缅甸、柬埔寨等东盟国家	8 月 3 日 -12 日	10	基础设施、农产品、建材、五金、机械电子、家电及消费电子、日用消费品、交通运输及物流等	1022 家
3	2022 年中国国际新能源产业数字展览	线上展	巴西、德国、智利、美国、荷兰、印度等国家	8 月 22 日 -31 日	10	逆变器、电池、充电桩、太阳能板等	413 家
4	2022 中国—东北亚国际贸易数字展览	线上展	日本、韩国、蒙古、俄罗斯等东北亚国家	8 月 20 日 -8 月 29 日	10	农业、智能制造、建筑建材、机械设备、信息通讯、汽车及配件、医疗防疫、劳保安防、美容时尚行业	1031 家
5	2022 年中国—南亚国际贸易数字展览	线上展	南亚 7 国（孟加拉国、不丹、印度、马尔代夫、尼泊尔、巴基斯坦、斯里兰卡）	8 月 30 日 -9 月 8 日	10	消费电子、家用电器、家居及照明、工业机械、塑料橡胶和包装、新疆棉花及纺织品、防疫及医疗用品等	1323 家

序号	展览名称	展出类型	国家及地区	展出时间	展期(天)	展出内容	展出面积 (m ²)/展商数 (家)
6	2022 中国—中西非国际贸易数字展览	线上展	尼日利亚、塞内加尔、加纳卢旺达、乌干达等中西非国家	9月1日-10日	10	农业、制造业、交通运输、信息通讯、商务服务、智能制造、建筑建材、批发零售、基础设施、医疗防疫、美容时尚、劳动保障等	811 家
7	2022 年中国—拉美国际贸易数字展览	线上展	阿根廷、墨西哥、及巴西等拉美国家	9月20日-9月29日	10	基础设施、农副产品、建材五金、机械机电、纺织服装、家电消电、日用消费品、交通运输、安防设备等	1012 家
8	2022 年中国—中东及北非国际贸易数字展览	线上展	沙特、伊朗、阿联酋、土耳其、以色列、埃及、突尼斯、阿尔及利亚、摩洛哥等中东北非国家	10月19-10月28日	10	医疗器械、建材五金、办公用品、家具家居、礼品、电子消费品、机电、家电、纺织服装、农业及食品、防疫及医疗物资等	1000 家
9	2022 年中国（澳门）国际文化创意产业博览会	线下展	澳门	10月20-22日	10	中国创意经典、视觉和多媒体、时装和时尚等	891 m ²
10	2022 年中国—中北美洲及加勒比地区国际贸易数字展览	线上展	巴拿马、多米尼加、萨尔瓦多、危地马拉、尼加拉瓜等中北美洲及加勒比地区	11月9日-18日	10	消费电子、汽车及配件、家电家居、纺织用品等	1001 家
11	2022 区域全面经济伙伴关系协定成员国国际贸易数字展览	线上展	日本、韩国、澳大利亚、新西兰、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、泰国、新加坡、越南等 RCEP 相关国家	11月14日-23日	10	生活消费品、农业食品、家居建材、服务贸易、汽车及零配件、纺织品、机电产品、消费电子等	1502 家
12	2022 年中国—中东欧国家国际贸易数字展览	线上展	阿尔巴尼亚、波黑、保加利亚、克罗地亚、捷克、爱沙尼亚、希腊、匈牙利等中东欧 17 国	11月28日-12月7日	10	机械设备、汽车配件、五金机电、建筑材料、食品、医疗设备、防疫物资等	853 家
13	2022 上合组织成员国国际贸易数字展览	线上展	上合组织成员国	11月16日-25日	10	建材五金、医药医疗、防疫物资、纺织服装、汽摩配件、工程机械、文娱产品、日用消费品等	831 家

第四章 2022 年中国展馆市场概况

参照全球展览业协会（UFI）对展馆市场统计的标准，本章节对全国 134 个城市（不含港澳台）的 251 个展馆进行统计调查，从中筛选出室内可租用面积大于等于 5000 平方米，且 2022 年实际投入运营，并举办 2 个以上经贸类展览的专业展馆，定义为 2022 年中国展馆市场。据此，定义 2022 年实际投入运营的中国展馆市场包含 126 个专业展馆，室内可租用总面积约 952 万平方米。本章节按上述范畴对中国展馆市场进行统计与分析，数据来源于中展集团中国展览信息数据库，特此说明。

一、地域与规模分布

2022 年中国展览业受疫情影响较大，实际投入运营的展馆数量与面积对比 2021 年出现较大幅度下降，甚至低于 2020 年水平，为疫情发生以来最困难时期。据统计，2022 年实际投入运营的展馆数量为 126 个，比 2021 年减少 25 个，降幅约为 16.6%；室内可租用总面积约 952 万平方米，比 2021 年减少约 82 万平方米，同比下降 7.9%。

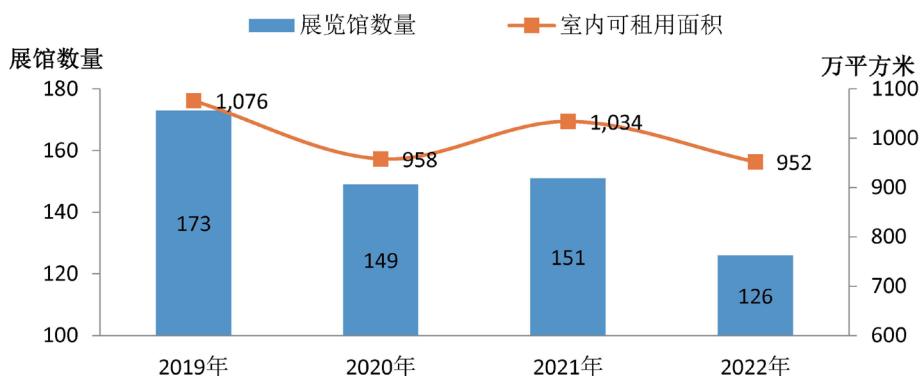


图 4.1 2019-2022 年中国内地实际投入运营展馆数量面积变化图

2022 年，实际投入运营的展馆资源虽然下降，但是作为展览业基础设施的展览中心整体建设水平并未降低，其中济南黄河国际会展中心、烟台八角湾国际会展中心、兰州新区丝路绿地国际会展中心、广交会展馆四期、宁波国际会议中心等建成并投入使用，国家会展中心（天津）二期、北京新国展二期、国家会议中心二期、杭州大会展中心、厦门新会展中心、长春市国际会议会展中心等重点展览设施在建或拟建，体现出疫情防控常态化下展馆总供应量持续增长的趋势。

（一）省份分布

2022 年，江苏省实际投入运营展馆有 16 个，约占全国展馆总量的 13%，是全国展馆数量最

多的省份。广东省、浙江省实际投入运营展馆 14 个，并列第二。山东省实际投入运营展馆 13 个，位居第三。可以看到，传统展览中心城市北京和上海由于长时间疫情封控造成的展览业停滞，退出全国实际投入运营展馆数量分布前 10 位。

从实际投入运营展馆室内可租用总面积看，传统展馆资源大省广东省与山东省继续保持领先优势。2022 年广东省实际投入运营展馆总面积达到约 163 万平方米，约占全国展馆室内可租用总面积的 17%，居全国首位。山东省实际投入运营展馆总面积达到约 93 万平方米，约占全国展馆室内可租用总面积的 10%，列第二位。江苏省、浙江省与天津市实际投入运营展馆总面积均达到 50 万平方米以上，位居全国第三到第五位。

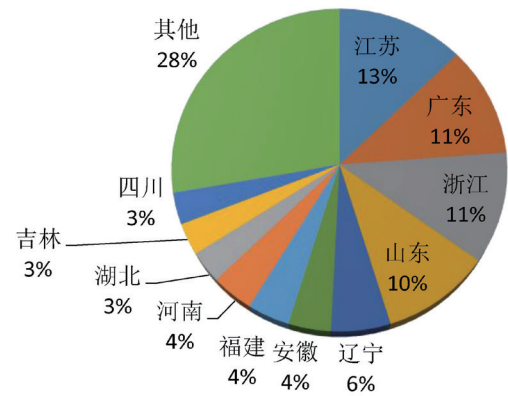


图 4.2 2022 年全国实际投入运营展馆数量省份比例

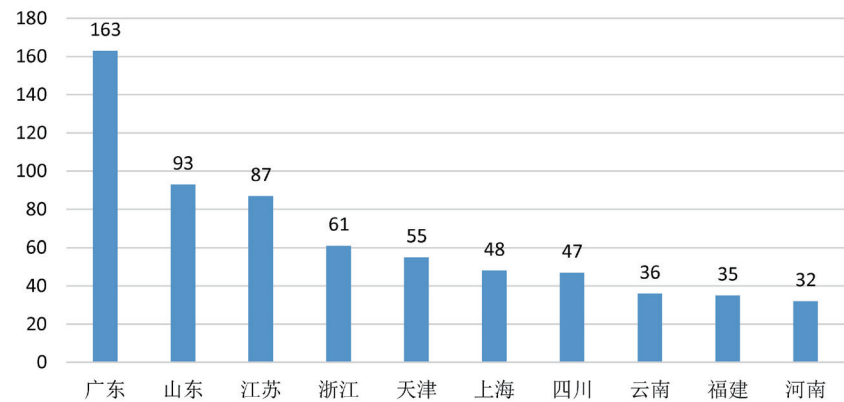


图 4.3 2022 年全国主要省份直辖市实际投入运营展馆室内可租用面积比较图

综合来看，全国共有 5 个省、直辖市（广东、山东、江苏、浙江和天津）实际投入运营展馆室内可租用总面积在 50 万平方米以上，有 17 个省、直辖市实际投入运营展馆室内可租用总面积在 10-50 万平方米之间，有 9 个省实际投入运营展馆室内可租用总面积在 10 万平方米以下。

表 4.1 2022 年实际投入运营展馆室内可租用总面积 30 万平方米以上省、直辖市一览表

序号	省份	展览中心数量	室内可租面积（平方米）
1	广东	14	1625300
2	山东	13	934270
3	江苏	16	869869
4	浙江	14	610349

序号	省份	展览中心数量	室内可租面积（平方米）
5	天津	2	550000
6	上海	2	480000
7	四川	4	380000
8	云南	2	363440
9	福建	5	352000
10	河南	5	319000

（二）城市分布

从数量上看，广州、武汉和青岛各拥有 4 个展馆实际投入运营，并列 2022 年中国实际投入运营展馆数量最多的城市；北京、长沙、长春、南京、沈阳、济南等 6 个城市各有 3 个展馆实际投入运营，并列第 2 位。

2022 年中国展馆市场共有 3 个城市拥有 4 个以上实际投入运营展馆，比 2021 年减少 5 个城市，占比约为 3.6%，表明展览业受到疫情严重冲击；有 28 个城市拥有 2-3 个实际投入运营展馆，比 2021 年减少 1 个城市，占比约为 34%。综合统计，2022 年拥有两家以上实际投入运营展馆的城市数量达到 31 个，占城市样本总量的 37%，比 2021 年减少 5 个百分点；实际投入运营展馆总量仅为 74 个，占展馆样本总量的 58%，比 2021 年减少 10 个百分点。数据显示，“同城多馆”已成为各城市展馆建设的新方向。

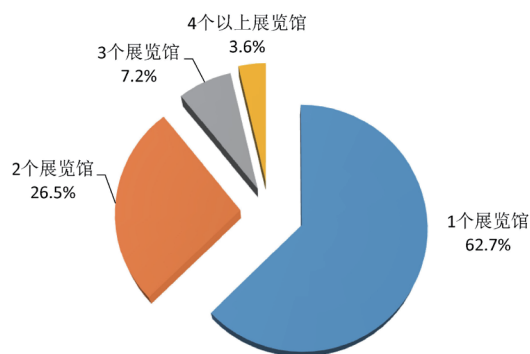


图 4.4 2022 年全国实际投入运营展馆数量城市分布

从面积看，广州实际投入运营展馆室内可租用总面积约为 63 万平方米，约占全国总量的 6.7%，居于首位；天津实际投入运营展馆室内可租用总面积约为 55 万平方米，约占全国总量的 5.8%，居于次席；深圳实际投入运营展馆室内可租用总面积分别约为 51 万平方米，位居第 3 位。上海、青岛、成都、昆明分别位居 4 至 7 位。

可以看出，受疫情影响，上海实际投入运营展馆失去占据多年的全国第一位置，退居全国第四。广州克服疫情影响，城市实际投入运营展馆资源位于 60 万平方米区间，独居第一梯队。随着天津国家会展中心、深圳国际会展中心的建成，天津与深圳城市实际投入运营展馆资源跃升至 50 万平方米以上，与上海、青岛和成都均处于 40-50 万平方米区间，共同组成第二集团。昆明、长沙、武汉等 6 个城市实际投入运营展馆资源位于 20-30 万平方米区间，共同组成第三集团。

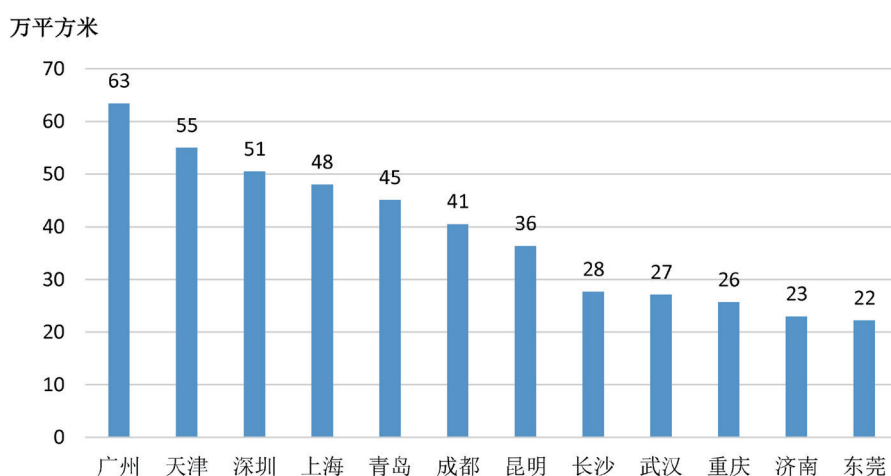


图 4.5 2022 年全国主要城市实际投入运营展馆室内可租用面积比较图

综合来看，全国共有 3 个城市实际投入运营展馆室内可租用总面积在 50 万平方米以上，分别是广州、天津和深圳，合计实际投入运营展馆室内可租用总面积约 169 万平方米，约占全国实际投入运营展馆室内可租用总面积的 18%；青岛、成都、昆明、长沙等 9 个城市实际投入运营展馆室内可租用总面积在 20-50 万平方米之间，合计展馆室内可租用总面积约 287 万平方米，约占全国实际投入运营展馆室内可租用总面积的 30%；北京、合肥、南京、厦门等 16 个城市实际投入运营展馆室内可租用总面积在 10-20 万平方米之间，合计实际投入运营展馆室内可租用总面积约 227 万平方米，约占全国实际投入运营展馆室内可租用总面积的 24%；徐州、无锡等 25 个城市实际投入运营展馆室内可租用总面积在 5-10 万平方米之间，合计实际投入运营展馆室内可租用总面积约 184 万平方米，约占全国实际投入运营展馆室内可租用总面积的 19%；西宁、乌鲁木齐、唐山等 32 个城市实际投入运营展馆室内可租用总面积在 5 万平方米以下，合计实际投入运营展馆室内可租用总面积约 95 万平方米，约占全国实际投入运营展馆室内可租用总面积的 9%。

表 4.2 2022 年实际投入运营展馆室内可租用总面积 20 万平方米以上城市一览表

序号	城市	展馆数量	室内可租用面积合计（平方米）
1	广州	4	634400
2	天津	2	550000
3	深圳	2	505000
4	上海	2	480000
5	青岛	4	450910
6	成都	2	405000
7	昆明	2	363440
8	长沙	3	276608
9	武汉	4	271200
10	重庆	2	257000
11	济南	3	230000
12	东莞	2	222000

（三）规模分布

参照全球展览业协会（UFI）的分类标准，将 2022 年实际投入运营的 126 个展馆分别按照室内可租用面积在 5000—19999 平方米、20000—49999 平方米、50000—99999 平方米和 100000 平方米以上进行分类。

从数量上看，全国共有 31 个实际投入运营展馆室内可租用面积在 10 万平方米以上，比 2021 年减少 1 个，约占全国实际投入运营展馆总数量的 25%；有 35 个实际投入运营展馆室内可租用面积在 5-10 万平方米之间，比 2021 年减少 2 个，约占全国实际投入运营展馆总数量的 28%；有 50 个实际投入运营展馆室内可租用面积在 2-5 万平方米之间，比 2021 年减少 8 个，约占全国实际投入运营展馆总数量的 40%；有 8 个实际投入运营展馆

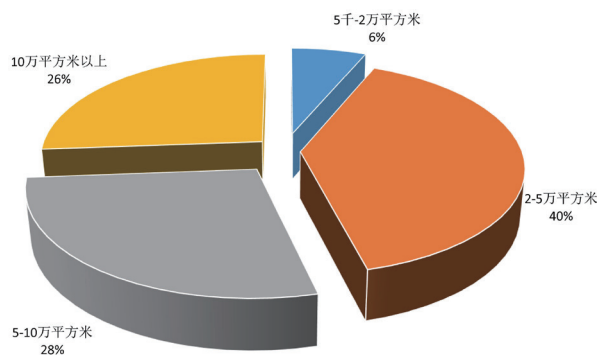


图 4.6 2022 全国实际投入运营展馆规模分布（展馆数量）

室内可租用面积在 2 万平方米以下，比 2021 年减少 16 个，约占全国实际投入运营展馆总数量的 6%。

对比 2021 年可以看出，大中型实际投入运营展馆数量在展馆实际利用资源整体下降的情况下略有增长，显示中国实际投入运营展馆市场规模不断增加的发展趋势不变。同时，可以发现疫情影响下，中小型展馆受到的影响明显更高，更多的中小型展览中心退出市场运营。

表 4.3 2022 年 10 万平方米以上实际投入运营展馆一览表

展馆	省份	城市	可租面积（平方米）
深圳国际会展中心	广东	深圳	400000
国家会展中心（上海）	上海	上海	400000
国家会展中心（天津）	天津	天津	400000
中国进出口商品交易会展馆	广东	广州	338000
昆明滇池国际会展中心	云南	昆明	300000
广东现代国际展览中心	广东	东莞	210000
中国西部国际博览城	四川	成都	205000
广州国际采购中心	广东	广州	200000
重庆国际博览中心	重庆	重庆	200000
长沙国际会展中心	湖南	长沙	177500
青岛世界博览城	山东	青岛	160000
武汉国际博览中心	湖北	武汉	150000

展馆	省份	城市	可租面积（平方米）
天津梅江会展中心	天津	天津	150000
青岛红岛国际会展中心	山东	青岛	145000
合肥滨湖国际会展中心	安徽	合肥	140000
厦门国际会展中心	福建	厦门	140000
南昌绿地国际博览中心	江西	南昌	140000
江西国际汽车会展中心	江西	南昌县	130000
福州海峡国际会展中心	福建	福州	120000
青岛国际博览中心	山东	青岛	120000
义乌国际博览中心	浙江	义乌	120000
济南国际会展中心	山东	济南	110000
成都世纪城新国际会展中心	四川	成都	110000
中国国际展览中心（顺义馆）	北京	北京	106800
沈阳国际展览中心	辽宁	沈阳	105600
深圳会展中心	广东	深圳	105000
潭洲国际会展中心	广东	佛山	100000
长春国际会展中心	吉林	长春	100000
苏州国际博览中心	江苏	苏州	100000
山东国际会展中心	山东	济南	100000
西安国际会展中心	陕西	西安	100000

二、市场与运营

场馆建设只反映各地展览基础设施的建设水平，而作为专业展览场地举办经贸类展览的数量与规模（面积）则直接反映出场馆建设对于当地展览经济的促进与支撑作用。本部分主要统计各地场馆举办经贸类展览的数量和面积，对各地场馆运营现状做对比分析。

（一）展览数量

郑州国际会展中心 2022 年共举办 85 个展览，继续巩固办展数量上的优势地位，首次跃居全国首位。值得注意的是，南京市克服疫情影响，积极承接疫情地区转移的展览资源，其中南京国际展览中心 2022 年共举办 83 个展览，南京国际博览中心 2022 年共举办 71 个展览，分列全国第二、四位。深圳国际会展中心正式投入运营后，展览数量稳步提升，2022 年共举办 77 个展览，位居全国第三。中国进出口商品交易会展馆虽受到疫情影响，2022 年举办展会数量仍达到 71 个，与南京国际博览中心并列全国第四。

表 4.4 2022 年举办 30 个以上展览的展馆一览表

序号	展览中心	省份	城市	展会数量
1	郑州国际会展中心	河南	郑州	85
2	南京国际展览中心	江苏	南京	83
3	深圳国际会展中心	广东	深圳	77
4	中国进出口商品交易会展馆	广东	广州	71
5	南京国际博览中心	江苏	南京	71
6	杭州国际博览中心	浙江	杭州	59
7	厦门国际会展中心	福建	厦门	57
8	深圳会展中心	广东	深圳	52
9	新疆国际会展中心	新疆	乌鲁木齐	48
10	成都世纪城新国际会展中心	四川	成都	44
11	宁波国际会议展览中心	浙江	宁波	44
12	武汉国际博览中心	湖北	武汉	38
13	苏州国际博览中心	江苏	苏州	37
14	西安国际会展中心	陕西	西安	36
15	广州保利世贸博览馆	广东	广州	36
16	福州海峡国际会展中心	福建	福州	30
17	山东国际会展中心	山东	济南	30
18	青岛国际会展中心	山东	青岛	30

2022 年全国共有 18 个展馆举办 30 个以上展览，比 2021 年大幅减少 15 个，降幅达到 55%，约占全国展馆总数量的 14%，比 2021 年降低 9 个百分点；8 个展馆举办展览数量在 20-29 个之间，比 2021 年减少 4 个，约占全国展馆总数量的 6%；20 个展馆举办展览数量在 10-19 个之间，比 2021 年减少 5 个，约占全国展馆总数量的 16%；80 个展馆举办 9 个及以下展览，约占全国展馆总数量的 64%，比 2021 年增加 8 个百分点。

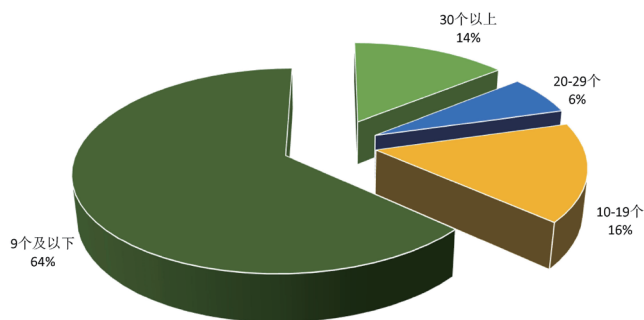


图 4.7 2022 全国展馆经营分布（展览数量）

进一步考察各个展馆 2022 年与 2021 年经贸类展览举办数量的变化可以看出，全国有 91 个展馆 2022 年办展数量低于 2021 年，占可比样本量的 81%（剔除新建成展馆、新正式运营展馆及其它原因 2021 年未纳入统计范畴展馆）；有 9 个展馆 2022 年办展数量增长显著（5 个以上），占比约为 8%；有 8 个展馆 2022 年办展数量小幅增长（5 个以下），占比约为 7%；有 11 个展馆

2022 年办展数量与 2021 年持平，占比约为 7%；有 40 个展馆 2021 年办展数量小幅下降（5 个以下），占比约为 35%；有 51 个展馆 2022 年办展数量明显下滑（5 个以上），占比约为 45%。

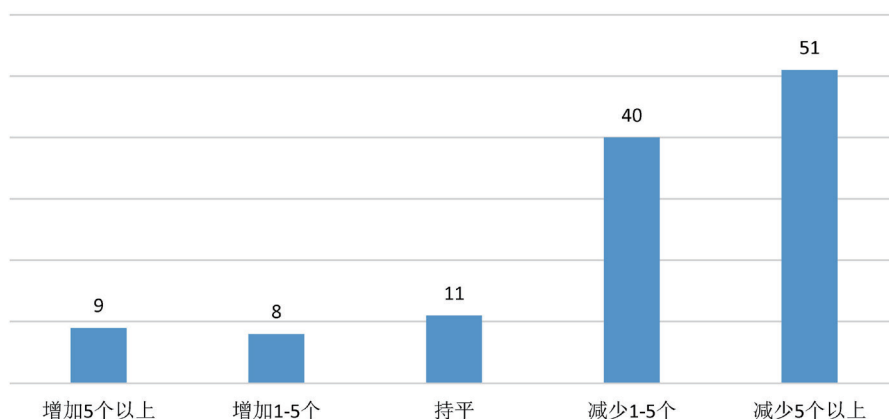


图 4.8 2021-2022 年全国展馆办展数量变化图

数据显示，2022 年中国展馆经营情况普遍低迷，多达 80% 的展馆办展数量下降，仅有少数展馆（不足 8%）数量增长明显。

表 4.5 2022 年举办展览数量增加最多的 10 大展馆一览表

序号	展览中心	省份	城市	展会增量
1	南京国际博览中心	江苏	南京	31
2	新疆国际会展中心	新疆	乌鲁木齐	31
3	国家会展中心（天津）	天津	天津	15
4	昆明滇池国际会展中心	云南	昆明	14
5	深圳国际会展中心	广东	深圳	13
6	厦门国际会展中心	福建	厦门	13
7	杭州国际博览中心	浙江	杭州	11
8	福州海峡国际会展中心	福建	福州	9
9	徐州淮海国际博览中心	江苏	徐州	7
10	晋阳湖国际会展中心	山西	太原	4

（二）展览面积

深圳国际会展中心 2022 年正式投入运营，2022 年展览总面积约为 405 万平方米，跃居全国首位。中国进出口商品交易会展馆克服疫情影响，2022 年展览总面积约为 299 万平方米，位居全国第二。南京国际博览中心 2022 年展览总面积约为 224 万平方米，首次突破 200 万平方米，位居全国第三。

表 4.6 2022 年主要展馆举办展览总面积一览表

序号	展览中心	省份	城市	展会面积（万平方米）
1	深圳国际会展中心	广东	深圳	405
2	中国进出口商品交易会展馆	广东	广州	299
3	南京国际博览中心	江苏	南京	224
4	厦门国际会展中心	福建	厦门	202
5	郑州国际会展中心	河南	郑州	196
6	深圳会展中心	广东	深圳	192
7	山东国际会展中心	山东	济南	158
8	杭州国际博览中心	浙江	杭州	154
9	成都世纪城新国际会展中心	四川	成都	151

2022 年全国共有 20 个展馆举办展览总面积在 100 万平方米以上，比 2021 年减少 7 个，下降比例达到 26%；10 个展馆展览总面积在 60-100 万平方米之间，比 2021 年减少 5 个，约占全国展馆总数量的 8%，比 2021 年减少 2 个百分点；10 个展馆展览总面积在 30-60 万平方米之间，比 2021 年减少 6 个，约占全国展馆总数量的 8%；42 个展馆展览总面积在 10-30 万平方米之间，与 2021 年大致持平，约占全国展馆总数量的 33%；44 个展馆展览总面积在 10 万平方米以下，比 2021 年减少 6 个，约占全国展馆总数量的 35%。对比 2021 年数据可以看出，2022 年展馆办展总面积整体下降，办展总面积大于 100 万平方米的展馆下降态势明显，显示出展馆整体经营水平低迷。

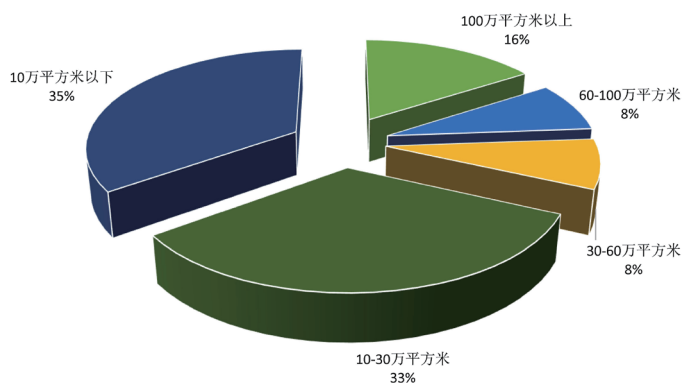


图 4.9 2022 全国展馆经营分布（展览面积）

进一步考察 2021-2022 年展馆办展面积变化可以看出，2022 年全国仅有 26 个展馆办展面积超过 2021 年，占可比样本量的 23%（剔除新建成展馆、新正式运营展馆及其它原因 2021 年未纳入统计范畴展馆）；其中有 9 个展馆 2022 年办展面积比 2021 年大幅增加超过 20 万平方米，占比约为 8%，比 2021 年减少 6 个百分点；有 12 个展馆 2022 年办展面积比 2021 年增加幅度在 3-20 万平方米之间，占比约为 11%，比 2021 年减少 12 个百分点；有 17 个展馆 2022 年办展面积基本与 2021 年持平（差额在 3 万平方米以内），占比约为 15%，比 2021 年减少 9 个百分点；有 73 个展馆 2022 年办展面积出现明显下滑（下降 3 万平方米以上），占比约为 66%，比 2021 年大幅加约 28 个百分点。数据显示，2022 年中国展馆经营状况对比 2021 年有明显下滑。

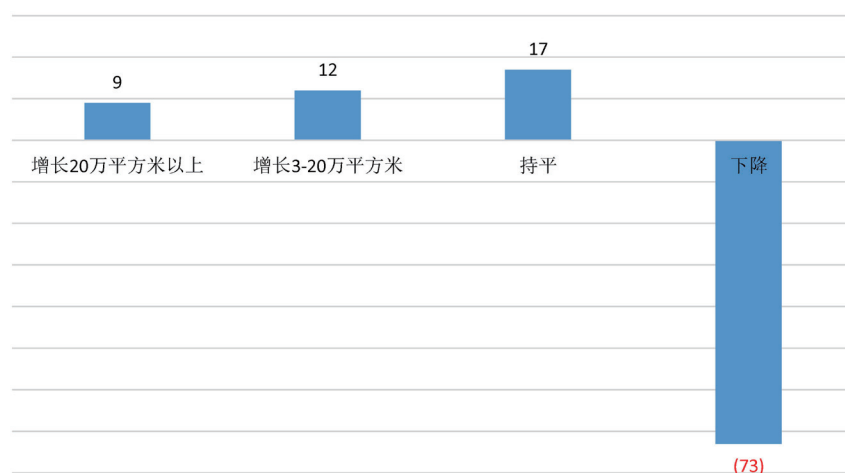


图 4.10 2021-2022 年全国展馆展览面积变化图

表 4.7：2022 年举办展览面积增加最多的 10 大展馆一览表

序号	展览中心	省份	城市	展会增量（万平方米）
1	深圳国际会展中心	广东	深圳	145
2	南京国际博览中心	江苏	南京	85
3	厦门国际会展中心	福建	厦门	58
4	国家会展中心（天津）	天津	天津	53
5	昆明滇池国际会展中心	云南	昆明	45
6	南京国际展览中心	江苏	南京	43
7	新疆国际会展中心	新疆	乌鲁木齐	35
8	徐州淮海国际博览中心	江苏	徐州	13
9	重庆国际会议展览中心	重庆	重庆	13
10	包头国际会展中心	内蒙古	包头	12

三、典型展馆分析

（一）中国进出口商品交易会展馆

中国进出口商品交易会展馆（简称广交会展馆）座落于广州琶洲岛，总建筑面积 110 万平方米，室内展厅总面积 33.8 万平方米，室外展场面积 4.36 万平方米，是中国设施先进、功能齐全的现代展馆之一。广交会展馆建成以来，多年来保持年办展数量、办展面积全国前三的位置。2019 年广交会展馆展览总面积达到约 887 万平方米，位居全国第三。疫情发生以来，广交会展馆受疫情影响，办展数量与面积均出现下滑，但仍保持国内领先地位。2022 年广交会展馆共举办 71 个展览，位居全国第四；展览总面积达到约 300 万平方米，位居全国第二。

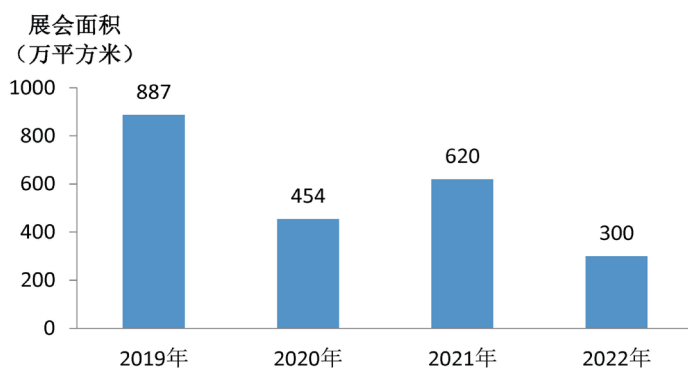


图 4.11 2019-2022 年广交会展馆展览面积变化图

广交会展馆以举办每年两届、每届三期的广交会享誉海内外。仅一个广交会年展览总面积超过 300 万平方米，是名副其实的“中国第一展”。以广交会为核心，广交会展馆将自办展与品牌展览入驻相结合，培育创造出多个国内知名的品牌展会，如中国（广州）国际建筑装饰博览会、中国（广州）国际家具博览会、广州酒店用品展览、广东国际美博会、广州国际汽车展览、广州国际照明展览、中国（广州）国际专业灯光、音响展览等。

表 4.8 2022 年广交会展馆主要展会一览表

序号	展览名称	行业	展览面积（平方米）
1	2022 年第二十四届中国（广州）国际建筑装饰博览会	轻工业—建筑材料	260000
2	2022 第二十届广州国际汽车展览	重工业—汽车产业	200000
3	第四十四届中国广州国际家具博览会 -- 民用家具展	轻工业—家具木工机械	180000
4	第四十九届中国广州国际家具博览会 -- 办公环境展	轻工业—家具木工机械	175562
5	2022 中国广州国际家具生产设备及配料展览	轻工业—家具木工机械	128520
6	第二十五届中国国际食品添加剂和配料展览	轻工业—食品饮料烟酒	104747
7	2022 广州国际专业灯光、音响展览	轻工业—乐器舞台设备	102883
8	2022 第二十五届中国食品添加剂和配料展览	轻工业—食品饮料烟酒	100000
9	2022 年广州国际照明展览	轻工业—家用电器照明	92196
10	第 59 届中国（广州）国际美博会	服务业—医药医疗保健	91825

（二）南京国际博览中心

南京国际博览中心建成于 2008 年，2020 年 3 月三期项目落成后，南京国博总建筑面积 87 万平方米，室内展览面积将达 15 万平方米，室外展览面积 3 万平方米，会议中心 4.6 万平方米。2022 年南京国际博览中心共举办 71 个展览，比 2021 年增加 31 个，增幅达到 78%，展览总数量并列全国第 3 位；展览总面积达到 224 万平方米，比 2021 年增加约 86 万平方米，增幅达到 61%，展览总数量位列全国第 3 位。

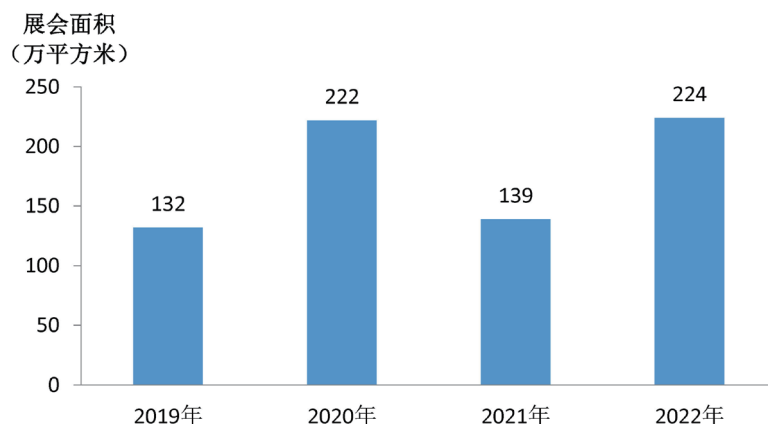


图 4.12 2019-2022 年南京国际博览中心展览面积变化图

南京国际博览中心深化落实“多办展，办大展，做大会展效益”的经营目标，发挥南京制造业与消费服务业并重的优势，积极引进培育特色品牌展会，如南京国际汽车博览会、江苏国际智能装备制造业博览会、江苏国际数控机床及数字工厂博览会等；同时充分发挥长三角地区交通便利、融合发展的优势，积极引进上海延期展会异地举办，如上海国际酒店工程设计与用品博览会、中国国际服装服饰博览会、中国（上海）国际健身、康体休闲展览等。

表 4.9 2022 年南京国际博览中心主要展会一览表

序号	展览名称	行业	展览面积（平方米）
1	2022 上海国际酒店工程设计与用品博览会（南京）	服务业—酒店设备	200000
2	2022CHIC 中国国际服装服饰博览会【CHIC2022 春季】	轻工业—服装服饰	130000
3	2022（第二十一届）南京国际汽车博览会	重工业—汽车产业	96000
4	2022 中国（上海）国际健身、康体休闲展览	轻工业—体育用品	85000
5	2022 中国（上海）国际泳池设施、泳池装备及温泉 SPA 展览	轻工业—体育用品	85000
6	2022 第十五届中国（南京）国际汽车博览会暨新能源智能汽车展	重工业—汽车产业	75000
7	2022 年 IWF 南京国际健身展	轻工业—体育用品	70000
8	2022 年第十届中国国际线缆及线材技术展览	重工业—电气电力能源	57500
9	2022 第 24 届江苏国际智能装备制造业博览会	重工业—工业设备维修	50000
10	2022 江苏国际数控机床及数字工厂博览会	重工业—机床模具	50000

（三）福州海峡国际会展中心

福州海峡国际会展中心位于福州市仓山区，是国内唯一坐落在自贸试验区内的大型会展中心。福州海峡国际会展中心建成于 2010 年，经 2015 年二期工程扩建，占地 67 万平方米，总建筑面积 44 万平方米。其中展览中心建筑面积 35.4 万平方米，由东西两侧四个展馆组成，净展厅面积 12

万平方米，共有室内一层展厅 10 个，可设近 6000 个国际标准展位。历经 12 年发展，2022 年福州海峡国际会展中心共举办 24 场展览，比 2021 年增长 14%，位居全国第 16 位；展览总面积达到 76 万平方米，比 2021 年增长 17%，位居全国第 24 位；实现疫情后的快速复苏。

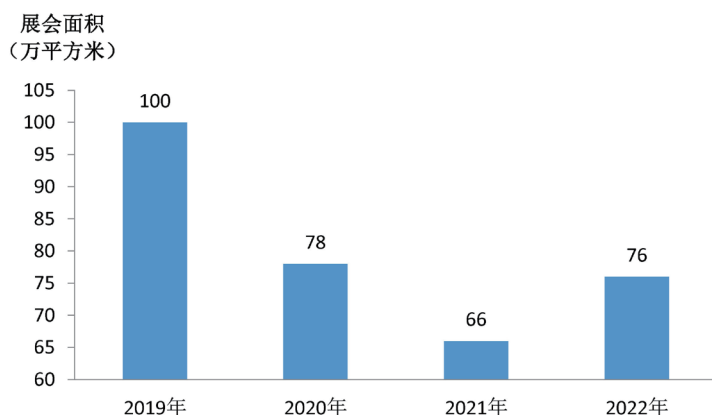


图 4.13 2019-2022 年福州海峡国际会展中心展览面积变化图

2022 年福州海峡国际会展中心举办的主要展会有中国（福州）国际汽车博览会、中国国际酒业博览会、中国·海峡创新项目成果交易会、中国跨境电商交易会等。

表 4.10 2022 年福州海峡国际会展中心主要展会一览表

序号	展览名称	行业	展览面积 (平方米)	展会增量 (万平方米)
1	2022 第 40 届中国（福州）国际汽车博览会暨数字汽车博览会	重工业—汽车产业	100000	145
2	2022 第十八届中国国际酒业博览会	轻工业—食品饮料烟酒	80000	85
3	2022 第二十届中国·海峡创新项目成果交易会	专项展览—发明创造	69400	58
4	2022 第三届中国跨境电商交易会（2022 年春季）	专项展览—进出口商品贸易	60000	53
5	2022 首届福品博览会	轻工业—消费品	50000	45
6	2022 年第 17 届中国福州国际渔业博览会	农业—农林牧渔	46000	43
7	2022 第十六届植保科技博览会暨全球特种肥料大会	农业—种植饲养	30000	35
8	2022 福建广告标识及景观亮 & 个性化打印及图文印刷展览	轻工业—广告摄影器材	22000	13
9	2022 中国（福州）国际环保产业展览	服务业—环境保护	20000	13
10	2022 第三届中国食用菌产业博览会	农业—种植饲养	18000	12

四、展馆发展与建设新趋势

面对困难局面，展馆管理者一方面利用空闲期抓紧练内功，通过展馆改造、数字化转型提升展馆核心竞争力，另一方面面对后疫情时代积极调整运营策略，适应新时期的新竞争环境。同时，

虽然受到疫情影响，但是展馆建设并未停下脚步，一大批省级重点展馆项目顺利落成，2022年已初步建成的大型展览项目合计新增展览面积50余万平方米。为2023年展览业复苏注入新动力。

一是广交会展馆四期项目于2022年底投入运营。项目包括D区展馆、会议中心、指挥中心和登录大厅，总建筑面积约56万平方米，是广交会发展史上的最大扩建工程，总建筑面积超过162万平方米，建成后将助力广交会展馆成为全球规模最大、功能和配套设施完善的会展综合体之一，有力提升大湾区会展功能，树立全球会展中心新标杆。

二是太原潇河国际会展中心于2022年11月顺利建成。太原潇河国际会展中心占地约766.3亩，总建筑面积为28.1万平方米，由北展、中展、南展组成，共计11个室内展厅，拥有约5000个国际标准展位，展览面积达13万平方米。太原潇河国际会展中心的建成，填补了山西省缺少大中型展馆的空白。

三是兰州新区丝路绿地国际会展中心于2022年7月顺利建成并投入使用。兰州新区丝路绿地国际会展中心坐落于欧亚大陆桥向陆海大通道咽喉——兰州新区，总建筑面积14.7万 m^2 ，净展览面积达8万 m^2 ，展览中心一期包括6个展厅、1个主登录厅，并通过一条会展长廊互通连接，成为西北首座“产业+会展”服务国家战略发展需求的现代化绿色场馆。

四是济南黄河国际会展中心项目已接近交付。总建筑面积约168.7万平方米，项目由东向西分别为展览中心、会议中心和酒店中心三大版块。展览中心一期项目总建筑面积约37万平方米，展览部分包含登录厅以及12个标准展厅和1个超大展厅。

五是杭州大会展中心一期项目加快推进。项目位于浙江省杭州市萧山区，建设内容包括8个钢结构展厅、1个中央廊道以及东、西两个登陆大厅，占地面积35.3万平方米，建筑面积64.32万平方米。作为杭州市重点工程，项目建成后将充分发挥“以馆带城”的效应，推动区域产业转型升级。

六是厦门新会展中心项目主体建设收尾。厦门新会展中心项目总用地面积84.67万平方米，总建筑面积115.92万平方米，其中展览中心用地面积71.13万平方米，净展览面积30万平方米，包括10个2.4万平方米标准展馆，1个3万平方米多功能展馆。

此外，天津国家会展中心（二期）、中国国际展览中心新馆二期项目、丽水国际会展中心项目、东北亚国际会展中心项目等均进展顺利。

表 4.11 2022 年主要在建与规划展馆一览表

序号	展览中心	省份	建筑面积（平方米）	展馆面积（平方米）
1	济南黄河国际会展中心	山东		500000
2	武汉天河国际会展中心	湖北		450000
3	郑州新国际会展中心	河南		400000
4	杭州大会展中心项目	浙江		300000
5	中国国际展览中心新馆二期	北京		210000

序号	展览中心	省份	建筑面积(平方米)	展馆面积(平方米)
6	厦门新会展中心	福建		200000
7	天津国家会展中心(二期)	天津		200000
8	丽水国际会展中心	浙江		125000
9	东北亚国际会展中心	黑龙江		85000
10	台州国际博览中心	浙江		80000
11	西安国际会展中心二期	陕西		60000
12	杭州国际博览中心二期	浙江		60000
13	桂林国际会展中心	广西		60000
14	德州国际会展中心	山东		50000
15	兰州新区国际会展中心	甘肃	400000	
16	贵阳宝能国际会展中心	贵州	350000	
17	青海国际会展中心	青海	300000	
18	商丘市国际会展中心	河南	122000	
19	长春新会展中心	吉林	规划中	

第五章 迪拜世博会中国馆概况

2021年10月1日至2022年3月31日,以“沟通思想,创造未来”为主题的阿联酋迪拜世博会(以下简称“迪拜世博会”)成功举办。本届迪拜世博会共有192个国家参展,累计接待各国游客超过2410万人次,中国馆累计接待游客超过176万人次。在迪拜世博会官方发布的十大精彩看点中,中国馆占据两席,被誉为最受欢迎、最具特色、最令人振奋的国家馆之一。

一、迪拜世博会中国馆成果丰硕

(一) 展示了中国的创新成果,宣传了构建人类命运共同体理念。中国馆以“构建人类命运共同体—创新和机遇”为主题,集中展示了中国在航天探索、信息技术、现代交通、人工智能、智慧生活等领域的创新成果及北斗卫星、中国高铁、海水稻、智能机器人等核心展项。习近平主席为中国馆作视频致辞,倡议各国人民一道努力,回应时代呼唤,加强全球治理,以创新引领发展,朝着构建人类命运共同体的方向不断迈进,引起热烈反响。有关国际组织、阿联酋等国政要以及其他国家馆负责人对致辞给予高度评价。国际展览局秘书长科肯切斯表示,构建人类命运共同体理念为解决人类问题贡献了中国智慧,得到国际社会广泛认同。阿布扎比王储穆罕默德表示,习近平主席的远见卓识和治国理政理念必将为人类进步作出更大贡献。

(二) 落实了中阿领导人重要共识,推动两国全面战略伙伴关系行稳致远。中国馆受邀多次参加阿联酋建国50周年系列活动,通过多家当地媒体表达对阿祝福,并邀请迪拜大学孔子学院唱响中阿两国国歌。阿联酋副总统兼总理、迪拜酋长穆罕默德参观外国馆时第一个到访中国馆,盛赞中国馆展示精彩绝伦,感谢中国为迪拜世博会增光添彩。迪拜世博会高级委员会主席赛义德表示,习近平主席视频致辞体现了中国对阿联酋举办迪拜世博会的大力支持和中阿两国人民的深厚友谊。阿联酋各酋长国多位王室成员和官方代表到访中国馆,均对中国馆和中阿关系给予高度评价。

(三) 扩大了中外交流“朋友圈”,开创了经贸合作互利共赢新格局。中国馆通过线上线下相结合方式,帮助各省区市和企业拓展与阿联酋和西亚、非洲地区合作。迪拜世博会期间,中国馆举办了开馆仪式、国家馆日、省区市活动周(日)、企业活动日等系列活动,共有4600多万人现场或线上参与。累计组织24个省区市和3000多家企业在线举办展览展示、推介洽谈、招商引资、商贸对接等活动100多场。中国企业与阿联酋乃至中东、非洲地区企业共签署100多项合作协议,总金额87亿元人民币,涉及能源、食品、基础设施等众多领域。广东——阿联酋工业园区、山东——加纳石油炼化、河南——卡塔尔采矿生产线等大型合作项目纷纷签约。中裕软管、海隆石油等企业签约入驻中阿产能合作示范园。阿里巴巴、工商银行等12家单位举办主题活动日,达到了展示品牌形象、扩大国际影响的良好效果。

(四) 生动讲好中国故事,深化中外文明交流互鉴。迪拜世博会是中国第二次以自建馆形式

参加的海外世博会，占地 4636 平方米，建筑面积 6133 平方米，形似中国传统的巨型“灯笼”，名为“华夏之光”，寓意团圆、光明和吉祥，是迪拜世博会最大的外国馆之一。中国馆累计接待游客 176 万人次，包括 133 位副部级以上官员和 41 个参展国政府总代表。中国馆装饰巧妙融入斗拱、活字印刷等中国传统元素，千里江山图长卷、汉字墙等多个展项让游客感受中华文明的博大精深。大熊猫临时展生动展现了中国生态文明建设成果，因备受游客喜爱而延长展期。每周举办舞龙舞狮、民乐演奏、太极武术等特色演出吸引众多游客驻足。北京冬奥会吉祥物冰墩墩、雪容融在中国馆与游客见面，为迪拜带来冰雪感受。在 2022 年 3 月 30 日举行的迪拜世博会颁奖晚会上，中国馆从近 30 个大型和超大型自建馆中脱颖而出，获建筑类“世博会奖”铜奖，这是近年来的世博会上中国馆连续第四次获得“世博会奖”。

二、迪拜世博会中国馆筹办经验

（一）高标准设计办展方案，切实做到好中选优。充分征求建筑、艺术、科技、文化、宗教领域专家意见，巧妙融合民族性、时代性、创新性，确定中国馆主体建筑采用灯笼造型，象征世界各国在世博会平台上欢聚沟通，追求繁荣发展，共同构建人类命运共同体和幸福大家庭。精心制定展示方案，优化空间布局和展示主线，突出中国元素，着力提升科技含量和互动性。从近千个相关优秀案例中遴选出“嫦娥”五号、北斗卫星等十多个核心展项参展。

（二）高规格组织重大活动，努力实现政治经济综合效应。隆重举行开馆仪式，首播习近平主席视频致辞，约 50 万人在线观看。精心组织中国国家馆日活动，胡春华副总理书面致辞，表示中方愿与阿方携手努力，不断增进政治互信，在共建“一带一路”框架下深化各领域务实合作，进一步充实中阿全面战略伙伴关系内涵。“璀璨荆楚”“七彩云南”“皖美科技”“智慧浙江”“桂品丝路行”等主题活动在世博园区掀起一场又一场“中国风”。

（三）高水平运营中国馆，做到整体运行平稳有序。组建国际化的专业运营团队，选拔来自多国的青年志愿者，精心做好游客和贵宾接待工作。通过优化展项、组织互动活动等方式，不断提升服务质量和游客参观体验。与驻阿使领馆、当地安全部门密切配合，建立联防渠道，制定安全事件分级处理机制和应急预案，定期排查安全隐患，保障游客及场馆安全。

（四）高质量开展宣传工作，扩大中国参展综合影响力。以宣传习近平主席视频致辞为主线，大力宣介构建人类命运共同体理念、“一带一路”倡议和中国创新发展带给世界的机遇。建立新闻热点挖掘和推送机制，通过新华社、中央广播电视总台、阿联酋通讯社、海湾时报等中外主流媒体对中国馆系列活动、建筑特色和展示亮点等进行重点报道。

第六章 2022 年中国国家重大经贸类展览概况

2022 年，以中国国际进口博览会（简称“进博会”）、中国国际服务贸易交易会（简称“服贸会”）、中国国际消费品博览会（简称“消博会”）和中国进出口商品交易会（简称“广交会”）为代表的国家重大经贸类展览活动成功举办，为中国形成更高水平对外开放新格局、引领更高质量发展提供了新支撑、新动力，也为世界各国共同发展提供了新平台、新机遇。

一、第四届中国国际进口博览会概况

进博会已经成为中国构建新发展格局的窗口、推动高水平开放的平台、全球共享的国际公共产品。2022 年 11 月 5 日至 10 日，第五届进博会共有 145 个国家、地区和国际组织参展，24 场虹桥论坛活动顺利举办，达成意向成交金额 735.2 亿美元，比上届增长 3.9%。总体成效超出预期，主要体现在如下四个方面。

（一）高端论坛更加聚焦“开放”主题

习近平主席以视频方式出席第五届中国国际进口博览会开幕式并发表题为《共创开放繁荣的美好未来》的致辞，充分肯定了进博会的重要作用 and 丰硕成果，宣布了以中国新发展为世界提供新机遇的开放举措，为建设开放型世界经济注入强大正能量。重点活动方面，“RCEP 与更高水平开放”高层论坛围绕今年生效的 RCEP 协定、区域经济一体化和更高水平开放等重要议题，邀请政产学研各界嘉宾参与讨论，为构建开放型世界经济贡献智慧。《世界开放报告 2022》发布暨国际研讨会公布最新世界开放指数，深度挖掘开放规律，努力打造世界开放领域的“风向标”和“晴雨表”。专业机构参与方面，9 个中央部委、4 个地方省市、3 个专业智库合作主办专业领域分论坛；期间发布 17 个专业报告，打造“《世界开放报告 2022》旗舰报告”+“专业领域品牌报告”+“分论坛合办单位专业报告”成果体系。国际组织参与方面，新增联合国工发组织、联合国人口基金、联合国全球契约组织、联合国减灾办、国际贸易中心、世界知识产权组织等 6 个国际组织主办分论坛。

（二）国家展示更加突出“公共”属性

作为进博会重要组成部分，国家展始终坚持全球公共产品属性，不断创新展览展示方式，吸引世界各国广泛参与。本届线上国家展共有 69 个国家和国际组织亮相线上国家展，较上届增长 13%，各参展方借助沉浸式展示方式，全面展现其科技创新、文化艺术、投资环境等领域精彩内容，累计访问量 5900 万次，超过上届。摩纳哥元首以及奥地利、尼泊尔、哥斯达黎加、冰岛、阿联酋、

意大利等多国部级官员、驻华大使和贸易促进机构负责人通过视频方式为国家展致辞，高度认可进博会推动各国各方共享发展机遇的作用。

（三）企业商展更加凸显“质量”要求

本届进博会共有 284 家世界 500 强和行业龙头企业参展，数量超过上届，回头率近 90%，展台特装比例达到 96.1%，均高于上届水平。其中，食品及农产品展区参与国别和企业来源最广、数量最多，共有 104 个国家的 1076 家企业参展。汽车展区突出智能低碳，展示全球汽车工业最新发展成果。技术装备展区聚焦“双碳”、集成电路、人工智能等热点领域，集中展示前沿技术和高端装备。消费品展区发布众多首发新品，积极倡导绿色可持续生活方式。医疗器械及医药保健展区吸引全球十五大药品巨头、十大医疗器械企业参展，公共卫生防疫专区集约化展示国际先进公共卫生防疫成果。服务贸易展区汇聚 39 家世界 500 强和行业龙头企业，以及众多细分领域隐形冠军。创新孵化专区 153 家科技创新小微企业集中展示创新产品，评选活动获大量网民关注。

（四）配套活动不断提升“专业”质效

本届进博会中央部委、地方政府和国际组织等共举办 98 场配套现场活动，涵盖政策解读、对接签约、产品展示、投资促进、研究发布等多个类别，活动质量和成效进一步提升。展中贸易投资对接会累计达成合作意向 293 项，意向签约总金额超 59 亿美元。组织 82 场集中签约活动，达成意向合作超过 600 项。组织专场线上对接活动，推动参展商和采购商开展云端交流、洽谈签约。开展 94 场新品发布活动，展示 171 项前沿科技产品。

二、2022 年中国国际服务贸易交易会概况

服贸会致力于为全球服务贸易搭建会展、国际论坛、贸易洽谈的综合信息服务平台，已成为全球服务贸易领域规模最大的综合性展会和服务贸易领域的龙头展会。2022 年 8 月 31 日至 9 月 5 日，2022 年服贸会克服疫情等不利因素影响如期顺利举办，亮点纷呈、成果丰硕，参展参会企业数量、国际化程度、成交规模和观众人数均超过上届水平，为各参与方提供了务实的合作平台和巨大的市场机遇，为全球服务贸易恢复发展注入了新的活力。本届服贸会的成效主要体现在以下几个方面：

（一）高水平对外开放立场得以宣示

本届服贸会再次宣示了中国扩大高水平对外开放、共促全球服务贸易繁荣发展的信心和决心。习近平主席向 2019 年服贸会致贺信、并连续在 2020 年和 2021 年服贸会上发表视频致辞，2022 年服贸会又专门发来贺信，强调“中国致力于促进更高水平对外开放，坚定支持多边贸易体制”“共同促进全球服务贸易发展繁荣，推动世界经济尽快复苏”“坚持开放合作、互利共赢，共享服务

贸易发展机遇”，宣示中国扩大开放新举措，向世界展现中国打造更高层次改革开放新格局的坚定行动。2022年服贸会特别在国家会议中心综合展厅设置了中国服务贸易成就展专区，回顾党的十八大以来中国服务贸易10年发展历程和成就贡献。

（二）成交规模和质量均超历届水平

本届服贸会延续“一会两馆”“综合+专题”“线上+线下”等办会模式。国务院国资委、国家银保监会分别组建了中央企业交易团、中央金融企业交易团，31个省区市、5个计划单列市及新疆生产建设兵团继续组建了地方交易团与会洽谈采购，成交规模和质量均高于去年。本届服贸会线下展览展示总面积15.2万平方米，比上届增加2.6万平方米；超过400家的世界500强以及国际龙头企业线下参展，整体国际化率达到20.8%，覆盖27个服务贸易30强国家和地区；共达成各类成果1339个，其中成交项目类513个，投资类175个、首发创新类173个、战略协议类128个、权威发布类82个，联盟平台类26个，评选推荐类242个。

（三）服务贸易国际“朋友圈”不断扩大

本届服贸会举办了7场高水平高峰论坛、100多场专业论坛和行业会议，汇聚政府官员、专家学者和业界精英，聚焦前沿领域，交流最新观点，为推动全球经济贸易复苏增长贡献了智慧和力量。巴西、伊朗、印度尼西亚、新加坡、乌兹别克斯坦等多国政要，联合国贸发会议、世贸组织、经合组织等国际组织负责人通过视频方式致辞，高度赞赏并积极支持中国举办服贸会。本届服贸会共有71个国家和国际组织以国家或总部名义设展办会，比上届增加13个；其中阿联酋、瑞士、意大利、澳大利亚等10个国家首次以国家名义设展，整体国际化率达到20.8%，覆盖27个服务贸易30强国家和地区。

（四）数字科技和“绿色”成为突出亮点

数字科技新元素成为本届服贸会的一大亮点。本届服贸会上全息视透平板玻璃、绿色节能智慧冷印、车联网数据湖解决方案等一批前沿科技成果集中亮相，并推出和示范了数字人民币、人工智能、元宇宙等最新应用场景，彰显科技创新对服务贸易的强大助推。同时，有更多企业带着结合大数据的智能新产品亮相在此届服贸会上，如讯飞医疗携智慧医疗综合解决方案、智能导诊、诊前病史采集等产品及解决方案重磅亮相公益展区。

“绿色”成为本届服贸会的一抹突出亮色。本届服贸会聚焦“双碳”主题，在国家会议中心二期新设面积达16700平方米的环境服务专题展，以“双碳赋能·焕发创新动力”为主题，集中展示全球能源电力、城市建设、环境和健康、金融保险、文化旅游等领域的环境服务最新成果和技术应用。众多中外企业汇聚，集中展示全球环境服务领域的最新成果和技术应用：中石化展区展示综合加能站模型、可降解材料等；国家电投展区以清洁发展为重点，展示核电自主化成果“国和一号”模型；丰田展区展示氢能技术相关成果转化等。

三、2022 年中国进出口商品交易会概况

广交会由商务部和广东省人民政府联合主办，中国对外贸易中心承办，是中国目前历史最长、规模最大、商品种类最全、到会采购商最多且分布国别地区最广、成交效果最好、信誉最佳的综合性国际贸易盛会。

（一）第 131 届广交会

第 131 届广交会于 2022 年 4 月 15-24 日在网上举办，展期 10 天，取得积极成效。

1. 总体规模稳中有增

本届广交会有 228 个国家和地区的 53.6 万境外采购商注册观展，较第 129 届增长 48%，较第 130 届增长 41.8%，采购商注册观展人数创历史新高。其中，采购商人数位居前 10 位的国家为印度、印度尼西亚、菲律宾、巴基斯坦、孟加拉国、尼日利亚、澳大利亚、南非、日本和新加坡。2021 年中国十大贸易伙伴国家和地区采购商人数占比 38.67%。“一带一路”沿线国家采购商 29.81 万人，占比 55.60%。RCEP 成员国采购商 15.08 万人，占比 28.12%。参展企业云展厅累计访问量 622.31 万次，参展企业累计举办连线展示 8.53 万场次。累计访客数 1009 万人，访问量 3390 万次。

本届境内外参展企业约 2.55 万家，按 16 大类商品设置 50 个展区；境内外参展企业累计上传展品 305.21 万件，其中新产品 95.15 万件，分别较上届增加 17.65 万件和 5.28 万件，均创历史新高。2398 家企业制作并上传了虚拟展位，比上届增加 236 家。出口展汇聚了众多实力雄厚的优质企业，其中品牌企业 2132 家，拥有专精特新“小巨人”、制造业单项冠军、国家级高新技术企业、中华老字号、中国海关 AEO 高级认证、国家企业技术中心等称号的企业共 4395 家，还有来自 102 个国家级外贸转型升级基地的约 950 家企业参展。

2. RCEP 释放贸易红利

本届广交会积极引导鼓励企业以《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）为契机，全力开拓国际市场。目前，广交会的全球合作伙伴达到 170 家，其中来自 RCEP 成员国的合作伙伴有 40 家，实现了 RCEP 成员国全覆盖。本届广交会与老挝国家工商会、越南中国商会和东盟家具工业理事会 3 家 RCEP 成员国工商机构签订合作协议。广交会进口展在帮助 RCEP 成员国企业开拓中国市场的同时，也共享广交会庞大的全球采购商资源，快速打开全球市场，实现产品“卖全球”，分享全球市场机遇。RCEP 成员国共有 117 家企业参加进口展，占进口展参展企业的 29.1%。

3. 供采对接更加精准高效

本届广交会在总结往届经验、充分调研展客双方需求的基础上，持续完善供采对接服务。本届供采对接实现三个新突破：一是搜索更精准，平台首次增设了专精特新、高新技术、绿色低碳、

智能产品等企业和产品特色标识，帮助采购商快速精准定位到展商展品，提高对接效率；二是互动性更强，增加了采购商信息授权功能，授权后参展商可以查看采购商信息，发送名片，还可以主动向采购商发起即时沟通，展客双方在线洽谈和互动交流更为顺畅；三是对接更高效，组织了50场全球云推介及8场系列贸易促进活动，促成国内重点产业集群、品牌企业与跨国头部企业和大买家的贸易配对和成交，提高对接实效。展客商共发出21.05万张电子名片，境外采购商发起即时沟通约10万次，有效促进了供采双方互动交流。举办50场“贸易之桥”全球供采对接系列活动，涵盖全国8个省区市，面向全球57个国家和地区，累计近4000名境外采购商参与。

4. 向世界展现中国发展最新成果

作为中国外贸的“晴雨表”和“风向标”，广交会上亮相的新技术、新设计、新产品往往指引着未来国际市场需求的新趋势。本届广交会按照先进技术、智能制造、美好生活、低碳环保、贸易服务五大主题，组织24个交易团的147家优质企业举办了150场新品首发首展首秀活动。大批智能、绿色低碳和自主知识产权产品加速涌现，新技术、新工艺、新模式层出不穷，向世界展示了中国制造的最新成果，展示了中国外贸的强大韧性与创新活力。

（二）第132届广交会

第132届广交会于2022年10月15日至24日在线上举办，从本届起，每届广交会线上平台服务时长从10天延长至5个月。

1. 参展企业范围扩大

本届广交会扩大了参展企业范围，除原有实体展参展的2.5万家企业全部上线展示外，进一步放开参展申请，经审核允许符合条件的申请企业参展，扩大受惠企业面。据不完全统计，出口展参展企业34744家，比上届增长约40%。进口展参展企业416家，来自34个国家和地区。本届广交会众多实力与特色兼具的优质企业集中亮相，其中品牌企业2094家，拥有国家级高新技术企业、中华老字号、中国海关AEO高级认证、国家企业技术中心等称号的企业超过3700家。截至目前，上传展品超过306万件，创历史新高。其中智能产品超13万件，绿色低碳展品超50万件，拥有自主知识产权的产品超26万件。

2. 线上功能更完善

广交会始终紧贴采购商需求，聚焦供采对接实效。本届广交会继续优化算法，提高搜索效率，新增多项“云展厅”功能，方便参展企业高效精准管理展品，丰富客户服务内容，提供人工智能在线、人工语音应答、社交媒体等多渠道服务，帮助采购商、参展企业更好地使用线上平台服务。本届广交会官网平台功能进一步完善，主要为：一是老采购商登录流程进一步优化，已有线上平台账号的老采购商点击邮件链接可更便捷登录。二是搜索功能进一步优化，提高展商展品查询精准度，可按出口目标市场筛选参展商。三是新增部分重要功能，包括：即时沟通时可发送或接收文件、

查看对方在线状态，在新品首发活动中增设即时沟通和发送名片功能，提高供采对接效率。

3. 专业对接更加突出

首次集中举办跨国头部企业供采对接周活动，对接国内重点产业集群，突出品牌企业以及“专、精、特、新”产品介绍。法国欧尚、美国 Big Lots 公司、韩国汉森公司、俄罗斯马格尼特、俄罗斯 X5、印尼长友等跨国头部企业及众多专业客商踊跃报名，采购金额预计高达数千万美元。产品覆盖电子及家电、车辆及配件、五金工具、建材、日用消费品、礼品、家居装饰品、纺织服装、医药及医疗保健等 10 余个行业，并提出包括产品功能、包装、报价单、质量认证等采购要求。本届广交会还围绕电子及家电、建材、家居装饰品等重点题材，在重点国家举办特定行业对接活动，包括美国礼品、俄罗斯医疗器械、巴西纺织服装、尼日利亚机械等专场活动。继续深耕东盟家具行业市场，并探索举办拉美汽配，中亚机械、纺织服装、车辆及配件专场活动。

4. 服务时间实现新突破

从本届广交会起，线上平台将全天候为中外贸易交流提供便捷服务。广交会线上展始于新冠疫情发生后，第 127 届广交会是首次线上办展，当时展期是 10 天，而 132 届广交会，除开展商连线、预约洽谈功能还是 10 天外，其他功能，例如在线展示、即时沟通、贸易配对、大会服务等功能，延长至 2023 年 3 月 15 日。

四、第二届中国国际消费品博览会

消博会是由商务部和海南省人民政府共同举办，全国首个以消费精品为主题的国家级展会，也是亚太地区最大的消费博览会。第二届消博会于 2022 年 7 月 25-30 日在海南海口成功举办，办出了海南风格、中国特色和世界水平，让全球客商分享了中国机遇，赢得国内外广泛赞誉。

（一）参展参会热情更高

本届消博会参展企业和品牌数量超首届，展览面积从首届的 8 万平方米增加至 10 万平方米。其中，国际展区 8 万平方米，共有来自 61 个国家和地区的 1107 家参展企业、1643 个国际品牌参展。国内展区 2 万平方米，全国 31 个省（区、市）和新疆生产建设兵团均参展参会，新设国货精品馆，展示国内消费精品和老字号。据统计，本届消博会总进场观众超 28 万人次，各类采购商和专业观众数量超 4 万人，现场参会的境内外媒体超 160 家、记者超 1200 名。共有来自 61 个国家和地区的 1955 家企业（包括国际展区 1107 家、国内展区 848 家），2800 多个消费精品品牌（包括国际展区 1643 个、国内展区 1200 多个）参展。同期海口还举办了游艇展，吸引了来自 12 个国家和地区的 50 个境内外知名品牌超过 200 艘帆船游艇参展，参展数量同比增长 89%。

（二）国际化程度更高

本届消博会中国境外企业参展面积占比由首届的 75% 增加至 80%。其中，日本、法国、美国等国家的总参展面积均在 3000 平方米左右。RCEP 成员国参展面积比首届增加了近 20%。法国、瑞士、日本、泰国、越南、意大利、捷克等国别地区也成功举办“法国美妆在华增长强劲：市场趋势与前景展望”、“ItalianWineMasterclass”等专场活动。来自国内外的企业、2800 余个品牌参展，众多细分行业头部品牌齐聚海南，首次亮相消博会。新朋友包括香化行业的美国雅诗兰黛、法国科蒂集团、日本高丝，箱包行业的美国途明，服装行业的法国卡尔拉格斐，医疗健康产业的日本大冢，保健品行业的澳大利亚纽新宝，海钓行业的日本达亿瓦等。

（三）展期配套活动更多

本届消博会期间举办了主题论坛、新品发布、时装周、采购对接、国别推介等系列活动，权威智库、中介机构、行业组织等围绕“新模式、新业态、新消费”“国别（地区）合作热点”“海南自由贸易港消费行业新机遇”等热点话题，举办了 100 余场形式多样的配套活动。消博会期间共举办新品发布及展示活动 177 场，新品数量达 622 件。除了百余场丰富多彩的展台新品发布活动之外，还设立了新品集中发布专区，为期两天的“消博时刻首发首秀”新品发布会，28 家国际、国内知名企业的 68 个品牌携 104 件不同款式、不同系列的新品登场，涵盖了时尚香化、珠宝首饰、世界名酒、高端食品、电子科技、生物科技、人工智能等领域。同时，本届消博会首次举办了时装周活动，采用“室内 + 海边”双秀场模式，与知名模特经纪机构英模合作，举办系列走秀活动，汇聚国内外 28 家知名设计师品牌，发布 593 件最新时尚单品。

（四）办展新理念更加凸显

本届消博会从参展、搭建、出行、餐饮、宣传品发放、展场噪声控制、数据化管理等方面倡导绿色低碳会展理念。在公共氛围设计及应用上，将全球最稀有的灵长类动物——海南长臂猿作为消博会吉祥物，并作为一个重要元素贯穿展会设计始终，不但提高了海南长臂猿在大众视野的可见度和关注度，也传递了消博会绿色消费、低碳办展的理念。在整体形象制作材料选用上，低碳、环保材料占比达到 90% 以上。时装秀展区还采用大面积的绿植，营造热带雨林意境氛围，旨在传达保护环境、保护生态，倡导绿色办展、低碳办会理念。如雅诗兰黛展台使用可降解塑料，欧莱雅展台可回收再利用。此外，消博会还更加注重“沉浸感”与“参与感”，旨在让观众通过现场丰富多样的活动，切身体会“消博会”的魅力。

第七章 2022 年深圳市展览业发展分析

2022 年，深圳市围绕“20+8”产业集群布局^①，出台了一系列会展业发展举措，大力培育或引进具有国际影响力的品牌展会，全力建设国际会展之都。

一、发展成绩

（一）“产业+会展”融合取得积极成效。2022 年，深圳市围绕以先进制造业为主体的 20 个战略性新兴产业集群和 8 大未来产业布局，提出实现“一产业一集群一展会”。全市近八成展会可对应“20+8”产业集群，包括文博会、礼品展、家具展、工业展、粤港澳大湾区车展、茶博会、家纺展、电子展等多个品牌展会，带动了全市现代时尚产业、大健康产业、数字创意产业、智能网联汽车产业、工业母机产业等多个产业快速发展。

（二）行业影响力竞争力显著提升。近年来，深圳会展业对国际国内优质发展要素资源的吸引力、聚集力显著增强，国际国内影响力、竞争力显著提高。中国贸促会《2022 中国展览经济发展报告》中，深圳展览总面积位列全国第一位；中国会展经济研究会《2021 年中国城市会展业竞争力指数报告》中，深圳整体环境竞争力指数与会展产业竞争力指数在 5 大计划单列市排名第一；ICCA 于 2021 年 12 月发布的 2021 年全球会议目的地竞争力排行中，深圳位列全国（含港澳台地区）第八位。

（三）会展业国际化发展效果更加显著。一是与国际会展组织合作更为密切。深圳持续深化与国际大会及会议协会（ICCA）、全球展览业协会（UFI）等国际机构合作。截至 2022 年末，深圳市拥有 UFI 认证项目 24 个、国内排名第二，会员 18 家、国内排名第四；ICCA 会员 8 个，国内排名第四。二是更多国际会展集团相继落户深圳。2022 年 12 月，励展博览集团宣布在深圳成立励展（深圳）展览有限公司。三是新引进更多国际展会在深圳举办。2022 年，新引进全球三大宠物展中唯一获得 UFI 认证的第二十四届亚洲宠物展，商展百强之一的 2022 第二十四届中国国际地面材料及铺装技术展览，世界三大医疗展之一的第 86 届 CMEF 中国国际医疗器械博览会在深圳举办。

^① 2022 年 6 月，深圳发布《关于发展壮大战略性新兴产业集群和培育发展未来产业的意见》，提出发展壮大“20+8”产业集群。20 个战略性新兴产业分别为网络与通信、半导体与集成电路、超高清视频显示、智能终端、智能传感器、软件与信息服务、数字创意、现代时尚、工业母机、智能机器人、激光与增材制造、精密仪器设备、新能源、安全节能环保、智能网联汽车、新材料、高端医疗器械、生物医药、大健康、海洋等产业集群；8 大未来产业重点发展方向包括合成生物、区块链、细胞与基因、空天技术、脑科学与类脑智能、深地深海、可见光通信与光计算、量子信息。

（四）新办展会特色更加鲜明亮眼。2022年，深圳举办首届粤港澳服务贸易展览暨中国（深圳）跨境电商展览、首届大国工匠创新交流大会、首届（2021）深圳体医融合博览会，展会效果超预期。其中，首届粤港澳服务贸易展览暨中国（深圳）跨境电商展览，是深港澳三地首次联合举办的经贸交流展会，充分体现深圳发展服务贸易的优势所在；首届大国工匠创新交流大会，通过线上线下形式展示以大国工匠为代表的广大职工的精湛技能和创新成果，首次在深圳举行，这与深圳是全国工业第一城密不可分。

二、经验做法

（一）聚焦“20+8”产业集群，推动产业+会展深度融合。围绕全市“20+8”产业集群布局：一是通过市场化、商业化的方式大量引入合作资源，共同打造细分领域高质量展会。二是制定境外展览重点支持项目计划，把105场境外展会纳入计划中，帮助中小企业进行海外市场拓展，加快深企“走出去”的步伐。三是建立“六个一”工作体系^①，逐步实现“一产业一集群”“一产业一展会”“一产业一协会”等，精准高效推动产业集聚发展。

（二）强化行业顶层设计，市区主管部门高效联动。一是市级层面，市级主管部门先后出台《深圳市商务发展“十四五”规划》《深圳市关于建设国际会展之都的若干措施》《〈关于建设国际会展之都的若干措施〉实施细则》《关于扎实推动经济稳定增长的若干措施》等政策措施，对会展业大力扶持。二是区级层面，福田区出台《深圳市福田区支持商业发展若干措施》，对首展、专业精品展览、大型展会、国际认证展会给予补贴支持，宝安区、坪山区亦有出台配套扶持措施。

（三）优化会展营商环境，加强公共服务体系建设。一是规划设计公共信息服务平台。由政府引导，支持第三方机构规划设计公共信息服务平台，将其建设成为深圳会展企业对外展示宣传的重要窗口。二是加强行业诚信体系建设。加强顶层设计并制订诚信建设实施方案，推进会展行业知识产权保护和法律服务工作。三是开展展览分类分级评定工作，建立深圳展览分类分级评价体系，制定《深圳市展览评级通则（试行）》，对深圳所有展会进行分类分级管理，引导深圳会展业向规范化、专业化、品牌化、国际化推进。

（四）加强国际交流合作，大力引进国际知名组展机构。一是加强与UFI、IAEE、ICCA、UIA、SISO等国际会展组织的沟通交流，推动本地会展企业、展会项目、会展场馆、会展行业组织等争取国际机构认证，提升深圳国际知名度。二是大力引进国际知名会展企业总部、境内外专业组展机构、国际品牌重要展会活动以及上下游配套企业，积极争办取得国际权威机构认证的展览和会议等。三是鼓励本土会展企业采取国内外合作、收购兼并等模式增强组展实力。

^① “六个一”工作体系指一个产业集群对应一份龙头企业和“隐形冠军”企业清单、一份招商引资清单、一份重点投资项目清单、一套科技创新体系、一个政策工具包、一家战略咨询支撑机构。

案例 1: 第二十四届中国国际高新技术成果交易会成为中国高新技术领域规模最大、最富实效和最具影响力的科技品牌展会

2022 年 11 月 15-19 日, 第二十四届中国国际高新技术成果交易会(以下简称“高交会”)在深圳成功举办。本届高交会刷新深圳历年来最大规模展会记录、创历届高交会之最, 展览面积达到 41.1 万平方米, 并首次采用“一展两馆多地”新模式。本届高交会设置深圳会展中心(福田展区)和深圳国际会展中心(宝安展区)两个展区, 以及西丽湖论坛和人才高交会、应急安全科技展等分会场。5671 家展商亮相实体展会, 带来展览和交易的项目 8667 项, 其中 1302 项新产品和 407 项新技术首次亮相, 涵盖人工智能、智能驾驶、智能制造、数字经济、5G 商用、物联网、IT 抗疫、芯片技术、大数据与云计算、信息安全、区块链等领域。美国、日本、澳大利亚等 41 个国家和国际组织, 天津、山东等 24 个省市展团, 清华大学、北京大学等 23 所高校团组精心组织众多科研成果进行展示。

案例 2: 2022ITES 深圳工业展暨第 23 届深圳机械展——中国超大型的工业展览之一

2022 年 8 月 15-18 日, 2022ITES 深圳工业展暨第 23 届深圳机械展在深圳国际会展中心圆满举办。本届展会展览面积达 14 万平方米, 全球 17 个国家及地区共 1,141 家展商争相亮剑。参展企业由“机床设备、自动化技术应用、精密加工零件”三大类别构成, 其中, 机床设备企业 291 家, 提供自动化技术应用的企业 593 家, 提供精密加工零件服务的企业 257 家。展会期间共计 86,197 名专业观众如约到场, 品牌终端买家团达 934 家。展会期间举办的各类活动 39 场, 主要覆盖医疗器械、工厂物流、精密加工、模具制造、电子智造等主题, 共吸引 7,520 名听众参会。

第八章 2022 年厦门市展览业发展分析

2022 年，福建省厦门市大胆探索实践，做好会展疫情防控，推动会展业快速复苏，促进会展业与优势产业融合发展。

一、发展成绩

（一）会展基础更加坚实。会展业作为战略性先导产业，是厦门市十二条千亿产业链中旅游会展业的重要一环，2022 年更成为“4+4+6”现代产业体系（即做优做强电子信息、机械装备、商贸物流、金融服务 4 大支柱产业，培育壮大生物医药、新材料、新能源、文旅创意 4 个战略性新兴产业，前瞻布局第三代半导体、未来网络、前沿战略材料、氢能与储能、基因与生物技术、深海空天开发 6 个未来产业）支柱产业——商贸物流业的重要组成部分，赋能产业高质量升级。在环境政策方面，厦门市委市政府高度重视会展业发展，为进一步做大做强厦门市会展业，充分发挥会展活动的黏合、催化作用，厦门市召开了全市文化旅游会展推进大会，制定未来三年会展业发展规划，明确了将厦门建设成为“中国会展典范城市”和“国际会展名城”的目标。同时，对原有会展扶持政策进行全面梳理、优化，推出新版《厦门市关于进一步促进会议展览业发展的扶持意见》，形成了整套具备全国竞争力的政策保障体系。《厦门经济特区会展业促进条例》于 2021 年 3 月 1 日起正式实施，通过立法赋能，有力推动该市国际会展名城建设。另外，厦门市还出台了《关于加强厦门市会展业信用体系建设的若干意见（试行）的通知》《厦门市会展业公共信用信息管理实施办法（试行）的通知》，并制定了《厦门市会展业信用承诺制度》，为厦门会展业高质量营造良好的营商环境。

（二）会展设施更加完善。随着 30 万平方室内展厅的新会展中心建设持续推进、1.4 万平方米的厦门国际会展中心五期破土动工，逐步形成思明区环岛路厦门国际会展中心、翔安区新会展中心、五缘湾佰翔会展中心等三大会展片区，会展场馆承载能级大幅提升。其中，厦门新会展中心项目由展览中心、会议中心、会展酒店等组成，总用地面积 84.67 万平方米，总建筑面积 115.92 万平方米，项目定位为国际大型展览中心，规模排名全国前列，具有显著竞争优势。

（三）会展环境更加优越。厦门舒适优美的气候，开放包容的城市文化，便捷发达的交通网络，功能齐全的会展设施，扶持有力的奖补政策，高效到位的政务服务，与众多国际组织建立了国际化合作关系，构建了优越的会展业发展环境。厦门作为国内外知名的会议展览目的地，会展发展环境和发展成效得到国内外会展业界的高度肯定和赞扬，多次荣获“中国十大最具竞争力会展城市”“中国十大会展城市”“中国最具创新力会展城市”“中国最佳会议目的地城市”等荣誉称号。

（四）会展保障更加到位。厦门市会展业务相关企业达到 600 多家，范围涵盖会议展览活动的上中下游各个环节；关联行业与领域从业队伍不断壮大，全面提升了厦门会展服务能力；建立了一整套规范成熟的大型展会城市联动保障服务机制，积累了举办国际大型活动的综合保障服务经验。

（五）会展品牌更加突出。近年来在政府的大力培育下，厦门市的会展主体策划培育了众多覆盖厦门主要产业行业的新展会，涌现出一大批新成立的会展企业，培育出在国际、国内具有较高知名度和影响力的专业展会，例如多年位居全球规模最大的中国国际投资贸易洽谈会、中国厦门国际石材展览会、中国厦门国际佛事用品展览会。

二、经验做法

厦门市会展业以打造“国际会展名城”为目标，推动会展业高质量发展。

（一）主动作为，大力推动会展快速复苏。厦门市经过细致评估和认真筹备，积极统筹疫情防控和会展复苏，一方面召开协调会、现场检查、实行值班、启用“厦门会展码”等措施加强疫情防控，全国首创刷脸直接通行的会展疫情防控系统，接入国家、省、市防控等平台，打通票证、身份、健康等五大系统，共享人员、注册、健康、进出场等八类数据，有力支持和保障会展活动正常举办和快速复苏。另一方面，创造性开启“市民通道”，允许 7 天未离厦的本地居民现场核酸检测后进馆，方便本地市民正常逛展，确保展会成效。由于准备充分、措施有力，在国内大部分城市暂不举办展会的情况下，厦门市果断推动海西汽博会于 2022 年 6 月 2 日如期复展，成为国内首批重启展会的少数城市之一。

（二）融合发展，赋能产业发展新格局。通过会展业与现代产业体系、千亿产业链群的整合和联合推广，引导“会展+”模式的精准定位和科学营销，实施优势互补，扩大产业的市场影响力和推广力。厦门市以“全域会展”、“全产业链会展”为发展方向，形成重点产业、优势产业“1+N”会展模式，搭建全市产业经济固链补链、强链延链的重要平台。2022 厦门中医药健康产业博览会、2022 金健健康产业贸易博览会、厦门国际咖啡产业博览会、2022 厦门国际眼镜业展览、厦门国际户外装备展览等的举办带动了全市生物医药、文旅创意等现代产业体系集群快速发展。

（三）科技赋能，解锁“元宇宙”会展新篇章。第二十二届投洽会紧跟前沿数字科技发展趋势，举办以“海上花园 元梦厦门”为主题的元宇宙系列活动，包括 AR 秀、AR 体验、裸眼 3D、数字人等内容，展示元宇宙产业新技术、新应用，助推元宇宙新兴产业发展潮流。“云上投洽会”矩阵平台共收集发布境内外各类招商项目超过 2.6 万个，云上直播 88 场活动，云上发起洽谈超过 50 万次，实现 5 万多次对接，平台累计访问量超 1350 万人次。

案例 1：第二十二届中国国际投资贸易洽谈会在福建厦门成功举行

2022 年 9 月 8-11 日，第二十二届中国国际投资贸易洽谈会在福建厦门成功举行。该展会设展 12 万平方米，举办 41 场重要的会议论坛研讨活动，50 多场投资洽谈及项目对接会，发布《中国外商投资指引（2022 版）》《中资企业国别发展报告》等权威信息报告，吸引 90 多个国家和地区、800 多个工商经贸团组、4000 多家企业（其中 120 多家跨国公司）、约 6 万名客商线上线下参展参会，共有 480 多个项目达成合作协议，协议总投资额 3420 亿元。大会主题鲜明、内涵丰富、活动精彩，向世界展现了中国持续扩大高水平开放，携手各方共创新机遇、共享新未来的坚定立场和务实行动，汇聚起全球扩大相互开放和投资的强大共识，勾画出数字经济和绿色未来的美好愿景。

第九章 2022 年绍兴市展览业发展分析

2022 年，绍兴市紧密结合当地产业发展需求，积极开展品牌化、市场化、国际化、专业化战略，全力打造国际会展目的地城市。

一、发展成绩

（一）会展业能级不断提升

一是克服疫情不利影响，会展项目数量保持稳定。据不完全统计，2019 年，绍兴市全年会展共举办 79 项，其中各类展览 32 项，会议（论坛）21 项，赛事 18 项，节庆活动 8 项。2020 年，在新冠肺炎疫情对全国会展业冲击严重的背景下，绍兴市全年仍举办各类会展活动共 63 项，其中各类展览 12 项，会议（论坛）21 项，赛事 19 项，节庆活动 11 项。2021 年，绍兴市全年共举办会展活动 75 项，其中展览 29 项、会议（论坛）25 项。

二是国际化水平不断提升，展会品牌影响力更加突出。国际友城大会、中日韩工商大会、中非经贸合作绍兴峰会相继举办，并长期落户绍兴；绍兴纺织机械（印尼）展连续在海外举办，已成为国内纺机企业拓展国际市场的重要平台；中国国际黄酒产业博览会成为全国唯一单酒种国际性展会。此外，绍兴市还聚焦纺织、黄酒、珍珠等传统优势产业，相继创办了黄酒节、纺博会、袜业博览会、珍珠节等特色产业会展活动，已打造成为全国性乃至国际性产业会展品牌。

三是产业会展形成全产业链展，战略新兴产业办展加速。绍兴市以“中国国际纺织品博览会”为龙头，相继举办了纺织新材料展、纺织品印花工业展、袜业博览会、领带服饰展览、墙纸墙布展览、纺织机械展览、服装供应链博览会等覆盖纺织全产业链的展览。世界布商大会、柯桥时尚周、纺织品印花工业展开始与纺博会同期举办，形成了以纺博会为核心，涵盖纺织业全产业链的展会集群。绍兴围绕战略新兴产业相继举办集成电路产业高峰论坛、工业互联网创新发展论坛、中国新材料产业创新发展论坛、大健康产业博览会、机床展及工业机器人展览等产业会展项目，以专业性会展引领产业发展方向。

（二）会展新业态发展迅速

一是对接会展新趋势，自主开发线上参展平台。2020 年绍兴云展平台正式启用，汇聚了中国国际展览、香港贸发局、亚联国际展览等大型国内外展览机构，即时发布名展会动态，促进绍兴企业线上线下参展。绍兴市针对性地提出了“十业百展千企”云展活动，围绕纺织、服装、家居日用品、化工、金属、食品、医药、电子信息、高端装备、新材料等 10 大行业办展。

二是自办云展会成为疫情期间的稳外贸重要平台。绍兴依托云展平台，创办了系列绍兴名品网

上交易会，题材涵盖纺织面辅料、健康产业、数字教育产业、纺机产业。云展会分别面向不同国家和地区，包括印尼、巴基斯坦、日韩等，有针对性地推动绍兴企业与国内外采购商一对一在线洽谈，有效促进企业“走出去”、开拓国际市场、获取外贸新订单。

（三）会展业基础不断夯实

一是会展场馆建设稳步推进。截至2022年，绍兴市共有5所主要展馆，展馆总建筑面积达49.08万平方米，可供展览的室内面积达13.18万平方米。2019年，绍兴国际会展中心一期B区建设完成，纺博会移师新馆举办，新创办的布商大会、纺机展、机床展也开始于新馆举办，2022年10月，二期C1区工程已竣工验收。投入运营后，绍兴国际会展中心将成为全省面积排名前列的专业性展馆，绍兴市场馆大型会展活动承办能力将进一步提升。

二是会展市场主体不断壮大。截至2022年7月，绍兴市共有会展企业超110家，业务范围涵盖会议咨询、酒店服务、文化创意、办展服务、商务服务等会展业全产业链。全市会展从业人员267人，其中拥有高级职称人数为7人。绍兴市仅有少数会展企业举办自办展，多数企业为展会承办方，负责展会策划、展位搭建等。其中，新三板上市公司三博展览落地绍兴，依托绍兴市纺织产业集群，举办纺织新材料展，已形成较大行业影响力。

（四）会展业体制不断完善

一是成立会展业领导机构。绍兴市成立了以市长为组长的会展业发展工作领导小组，统筹协调涉及会展活动举办的各职能部门，在全市层面统筹会展业发展，为提升会展业营商环境、打造会展活动“一站式”服务夯实基础。

二是出台会展业支持政策。在市级层面，绍兴市制定出台了《绍兴市加快现代服务业高质量发展若干政策》，针对会展规模、引进知名会展项目和会展公司、展会品牌认证、会展场馆、会展服务信息化和会展人才等方面，出台鼓励政策细则。

二、经验做法

（一）坚持产业办展，打造知名会展品牌

一是打造专业会展品牌。围绕打造国际会展目的地发展目标，积极构建以纺博会等国际性会展品牌为龙头，以纺机展、世界珍珠大会等国家级和区域会展品牌为支撑，以黄酒博览会、袜业博览会等绍兴特色品牌为基础，以亚运会、水陆国际双马等名节名赛为补充，以集成电路、生物医药、历史文化名城、东亚文化之都等新型产业和文旅资源为重点题材的绍兴会展品牌体系。

二是培育新型题材品牌。重点围绕高端装备、现代医药、新材料和电子信息四大新兴产业，

策划举办新型题材的会展项目；聚焦重点产业发展需求与特色资源，培育或壮大一批标识度高、显示度强、影响力大的专业会议品牌。

（二）汇聚全球资源，提升会展国际化水平

一是推动会展“引进来”“走出去”。推动世界布商大会、纺博会等大型会展冲击世界商展百强等，打造高水平世界级会展项目。扩大全球时尚纺织之都、世界黄酒之都、国际一流珠宝中心等绍兴城市品牌国际影响力和竞争力。以承办国际友城大会、中日韩工商大会、中德高端制造峰会、中非经贸合作论坛等高端会展项目为契机，积极申办具有世界影响力的高层论坛对话，打造国家级国际会议目的地。

二是提升国际化服务能力。提升场馆承接能力，全面提升办展条件，高标准建设绍兴国际会展中心二期等场馆，推动现有场馆升级改造，大力强化承办国际、国内高规格会展的硬件支撑能力。提升会展配套服务，加强国际化专业会展人才队伍建设，加强对会展从业人员业务培训，为国际性展会活动提供便利化服务。

（三）加强政府引导，提升会展市场化水平

一是积极培育引进市场主体。强化政府的公共服务职能，推动会展项目市场化转型。加强与国际和国内龙头会展企业、行业协会、智库团队、科技企业的合作，推动相关机构在绍兴落地。整合行业资源，组建具有国际竞争力的会展龙头企业。鼓励和支持本地会展企业通过人才培育、人才引进等方式提升自身实力，引导中小企业与展馆、商会、协会建立战略联盟，提升本土会展企业市场竞争力，鼓励会展企业加入 UFI、ICCA 等国际知名组织，提升国际影响力。积极承接上海、杭州等中心城市溢出，大力引进国内外优质策展企业、会展机构落户绍兴。

二是健全会展产业体系。探索成立绍兴市会展行业协会，研究制定行业标准、经营准则，引导企业规范经营，提升行业自律水平。形成以政府统筹为主导、会展企业为主体、行业协会为抓手、重点项目为平台，产业联动、行业配套、运行高效的会展业发展体系。

（四）强化区域联动，融入长三角一体化

一是主动对接区域内优势会展资源。探寻与上海、杭州、宁波等城市协作办展机会，共同打造会展联盟，共同承揽国际级、国家级重要会展业务，实现互利共赢。充分利用上海优势品牌展会的溢出效应，承接重要展会的分展、巡展。同杭州、宁波等城市开展大型会议、赛事和节庆品牌的协同联动发展。

二是坚持差异化定位做强细分领域。立足自身会展业发展的特色和优势，同长三角区域内城市错位发展，做强细分领域，培育自身独特的会展品牌和会展业发展模式。

案例 1：2022 绍兴国际纺织机械智能制造展览、绍兴国际服装供应链博览会

2022 年 11 月 16 日 -18 日，由浙江省绍兴市商务局、中国国际贸易促进委员会绍兴市委、中国国际贸易促进会绍兴分会分别联合中国机械国际合作股份有限公司、中国服装协会主办的 2022 绍兴国际纺织机械智能制造展览、2022 绍兴国际服装供应链博览会在绍兴国际会展中心成功举办。本届纺机展展出面积 7500 平方米，共吸引 120 余家纺机企业齐聚绍兴，设置展位 421 个，超过 5000 名专业观众线下到场观展，同期线上展访问量超过 5 万人次，配套 2 场论坛及主题活动，意向成交额达 1.8 亿元；本届服装展展出面积约 4000 平方米，共吸引 100 余家企业参展，设置展位 213 个，超过 2500 人到场观展，线上受众观众达 34 万人次，配套近 15 场商贸对接活动，意向成交额超 2800 万元。

本届展会具有五大亮点特色：

一是集结龙头企业。本届纺机展上，“国字号”中国恒天集团携 14 家各级子公司、中国通用集团旗下北京中丽制机工程技术有限公司重磅亮相。省内的浙江日发纺织机械股份有限公司、浙江精功科技股份有限公司、杭州杰牌传动科技有限公司等企业，省外江苏海拓宾未来工业科技集团有限公司、上海兰宝传感科技股份有限公司等几十家纺织机械、纺机配件行业头部企业齐聚，诸多新品竞相呈现；本届服装展上省内外服装品牌集体亮相，省外花镜（上海）服饰有限公司、省内达利丝绸（浙江）有限公司、浙江巴鲁特股份有限公司、浙江吉麻良丝新材料股份有限公司、浙江新艾迪服饰集团有限公司等本土龙头服装服饰品牌齐聚展会。

二是配套丰富活动。本届纺机展同期组织举办了《中国国际化纤产业创新与发展论坛》和《绍兴国际纺织机械智能制造高峰论坛》，为与会者搭建了交流平台，主题涵盖产业智能与创新发展、开发应用落地展示、地区产业趋势等，为绍兴纺机产业智能化、数字化、绿色化高质量发展把脉问诊、献计献策；本届服装展，中国服装协会、外商采购团、境内外服装品牌采购团、女装商会等对接活动圆满完成。对接会共迎来美国、加拿大、英国、德国、西班牙、印度、巴西、哥伦比亚等十余个国家和地区百余家专业买家，通过“精准匹配”，提升参展效果。

三是携手顶尖媒体齐发力。本次纺机展集结了中国日报、新浪网、《浙江日报》、浙江电视台、腾讯视频、绍兴电视台等综合媒体及视频媒体，以及《中国纺织》、《纺织服装周刊》、《染整科技》、《中纤网》等在内的专业媒体和期刊共计 30 余家齐聚展会；本次服装展汇集环球网、腾讯网、中华网、浙江电视台、绍兴电视台等综合媒体及视频媒体，以及瑞丽网、中服网、服饰周刊、中国纺织杂志官网等在内的专业媒体及期刊杂志共计 20 余家。

四是融合线上线下“双展会”。本届纺机展、服装展均采用线上线下融合办展模式。开设线上平台，采用直播等形式实现线上线下“双展会”。邀请参展企业现场采访直播，与客户互动交流，极大延伸了受众面和关注度。

五是打造绍兴会展业“金名片”。本次展会中，绍兴市商务局、贸促会专门设置了绍兴会展形象展区，从展馆推介、会展业政策、高校专业宣传、展会推介四方面宣传崛起中的绍兴会展业。

附录一

2022 年中国内地前 20 位经贸展览数量面积一览表（按省区市划分）

序号	省区市	展会数量（个）	展会总面积（平方米）
1	广东	314	11806378
2	江苏	260	6239900
3	山东	133	5341100
4	浙江	176	4374050
5	四川	119	3900100
6	福建	86	2883241
7	河南	110	2375513
8	吉林	18	1932200
9	天津	36	1753010
10	上海	25	1748692
11	湖北	60	1747758
12	陕西	44	1446760
13	重庆	42	1335000
14	江西	42	1267760
15	辽宁	55	994100
16	海南	28	956762
17	湖南	31	900500
18	云南	21	819705
19	贵州	24	687520
20	新疆	47	654424

* 本表数据不包含非经贸类展会、未采集到面积的展会。

* 本表数据不包括港澳台地区。

* 本表中展会数量及面积以主办方公布的数据为准；如主办方未公布数据，则以展馆公布的数据为准。

* 本表数据按照面积数量降序排序。

附录二

2022 年中国内地经贸展览数量面积一览表（按行业划分）

一级分类	次级分类	总数量（个）	总面积（平方米）
服务业	医药医疗保健	101	2694597
	休闲时尚艺术旅游	94	1924126
	公共服务业	28	990694
	公共安全防护	34	650387
	交通运输物流	28	623389
	教育培训招聘	20	608085
	休闲时尚艺术	10	538400
	环境保护	28	483398
	酒店设备	11	445000
	特许经营	15	349400
	金融保险房产	12	280814
	媒体出版发行	10	146500
	市政设施	4	110110
	洗染清洁	3	69000
	广播电视	1	15000
	其他	1	12250
农业	轻工业	41	1634360
	种植饲养	41	1007148
	宠物兽医业	21	600568
	灌溉	3	51000
轻工业	食品饮料烟酒	164	6085217
	家具木工机械	133	3489492
	建筑材料	69	1742290
	其他消费品	43	1209790
	广告摄影器材	28	970000
	包装纸张印刷	29	935912
	美容美发	44	897503
	服装服饰	23	822732
	纺织工业	35	755506
	塑料橡胶	15	706333
	礼品家庭用品	17	691204

* 本表数据不包含非经贸类展会、未采集到面积的展会。

* 本表数据不包括港澳台地区。

* 本表中展会数量及面积以主办方公布的数据为准；如主办方未公布数据，则以展馆公布的数据为准。

* 本表数据各次级分类分别按总面积降序排序。

附录二 2022 年中国内地经贸展览数量面积一览表（按行业划分）

一级分类	次级分类	总数量（个）	总面积（平方米）
轻工业	眼镜珠宝钟表	28	624530
	体育用品	11	604473
	家用电器照明	17	502872
	玩具妇幼用品	16	462200
	热力制冷	15	459143
	五金工具	11	299010
	自行车摩托车	6	265000
	婚礼用品	10	250040
	实验器材	5	245000
	办公用品	6	149300
	乐器舞台设备	4	144883
	玻璃陶瓷制品	7	133400
	厨房卫浴	5	88500
	皮革制鞋	3	55000
	仪器仪表	5	47000
	轻工业 - 建筑材料	1	39041
	其他	3	24000
	婚丧用品	2	30000
重工业	汽车产业	173	7391230
	电子与自动化	55	1980320
	工业设备维修	42	1318510
	建筑工程机械	44	1248886
	机床模具	30	1038400
	化工石化产品	21	740186
	电气电力能源	35	730357
	铸造冶金焊接	16	622900
	石材采矿设备	11	520000
	IT 及通讯	13	429500
	水技术及处理	11	256000
	航空航天	5	212860
	表面处理	3	46000
	其他	2	42000
	重工业 - 机床模具	1	35000
	激光光电	3	30000
	船舶码头设施	2	21000
专项展览	进出口商品贸易	33	1729530
	专业技术	25	533309
	科技	12	428000
	国家地区展	6	307720
	发明创造	2	109400
	人才交流	1	26000
合计		1807	55760705

附录三

2022 年中国内地实际投入运营场馆数量及总可租面积一览表

序号	省区市	展馆数量（个）	场馆总可租面积（平方米）
1	江苏	16	869869
2	广东	14	1625300
3	浙江	14	610349
4	山东	12	934270
5	辽宁	7	256476
6	安徽	5	255000
7	福建	5	352000
8	河南	5	319000
9	湖北	4	271200
10	吉林	4	224400
11	四川	4	470000
12	北京	3	181800
13	湖南	3	276608
14	广西	2	118315
15	贵州	2	109520
16	海南	2	177000
17	江西	2	270000
18	内蒙古	2	95000
19	山西	2	77000
20	陕西	2	136000
21	上海	2	480000
22	天津	2	550000
23	云南	2	363440
24	重庆	2	257000
25	甘肃	1	23000
26	河北	1	80000
27	黑龙江	1	70000
28	宁夏	1	74000
29	青海	1	46865
30	西藏	1	31000
31	新疆	1	45000

* 本表数据不包括港澳台地区。

* 本表数据来自展馆公布的数据。

* 本表数据按照场馆数量降序排序；场馆数量相同的省区市，按照场馆总可租面积降序排列。

附录四

2022 年中国内地实际投入运营可租面积超过 5 万平方米场馆一览表

序号	场馆名称	省区市	城市	可租面积（平方米）
1	德化会展中心	福建	德化	750000
2	深圳国际会展中心	广东	深圳	400000
3	国家会展中心（上海）	上海	上海	400000
4	国家会展中心（天津）	天津	天津	400000
5	中国进出口商品交易会展馆	广东	广州	338000
6	昆明滇池国际会展中心	云南	昆明	300000
7	佛山禅城区东方广场	广东	佛山	250000
8	广东现代国际展览中心	广东	东莞	210000
9	中国西部国际博览城	四川	成都	205000
10	重庆国际博览中心	重庆	重庆	200000
11	广州国际采购中心	广东	广州	200000
12	中帆国际商贸城	江西	萍乡	200000
13	长沙国际会展中心	湖南	长沙	177500
14	青岛世界博览城	山东	青岛	160000
15	武汉国际博览中心	湖北	武汉	150000
16	天津梅江会展中心	天津	天津	150000
17	青岛红岛国际会展中心	山东	青岛	145000
18	厦门国际会展中心	福建	厦门	140000
19	南昌绿地国际博览中心	江西	南昌	140000
20	合肥滨湖国际会展中心	安徽	合肥	140000
21	江西国际汽车会展中心	江西	南昌县	130000
22	福州海峡国际会展中心	福建	福州	120000
23	义乌国际博览中心	浙江	义乌	120000
24	寿光国际会展中心	山东	寿光	120000
25	青岛国际博览中心	山东	青岛	120000
26	成都世纪城新国际会展中心	四川	成都	110000
27	济南国际会展中心	山东	济南	110000
28	中国国际展览中心（顺义馆）	北京	北京	106800
29	沈阳国际展览中心	辽宁	沈阳	105600
30	深圳会展中心	广东	深圳	105000

* 本表数据不包括港澳台地区。

* 本表数据来自展馆公布的数据。

* 本表数据按照场馆总可租面积降序排列。

序号	场馆名称	省区市	城市	可租面积（平方米）
31	山东国际会展中心	山东	济南	100000
32	西安国际会展中心	陕西	西安	100000
33	苏州国际博览中心	江苏	苏州	100000
34	长春国际会展中心	吉林	长春	100000
35	潭洲国际会展中心	广东	佛山	100000
36	水头国际石材展览中心	福建	泉州	100000
37	云浮国际石材产业城	广东	云浮	100000
38	南京国际博览中心	江苏	南京	96000
39	泰州国际博览中心	江苏	泰州	92000
40	杭州国际博览中心	浙江	杭州	90000
41	南宁国际会议展览中心	广西	南宁	90000
42	南京上秦淮国际文化交流中心	江苏	南京	90000
43	花桥国际博览中心	江苏	昆山	89000
44	乌镇互联网国际会展中心	浙江	嘉兴	81000
45	石家庄国际会展中心（正定新馆）	河北	石家庄	80000
46	上海世博展览馆	上海	上海	80000
47	宁波国际会议展览中心	浙江	宁波	77416
48	海南国际会议展览中心	海南	海口	77000
49	永康国际会展中心	浙江	永康	75600
50	宿迁国际体育会展中心	江苏	宿迁	75000
51	贵阳国际会议展览中心	贵州	贵阳	74520
52	郑州国际会展中心	河南	郑州	74000
53	银川国际会展中心	宁夏	银川	74000
54	广州保利世贸博览馆	广东	广州	71400
55	哈尔滨国际会展体育中心	黑龙江	哈尔滨	70000
56	徐州淮海国际博览中心	江苏	徐州	66000
57	延边宏伟汽贸城	吉林	延吉	65000
58	湖州市织里文体中心	浙江	湖州	65000
59	杭州白马湖国际会展中心	浙江	杭州	63884
60	昆明国际会展中心	云南	昆明	63440
61	无锡太湖国际博览中心	江苏	无锡	62400
62	临沂国际会展中心	山东	临沂	60000
63	鹰潭国际眼镜城	江西	鹰潭	60000
64	杨凌国际会议展览中心	陕西	咸阳	60000
65	威海国际经贸交流中心	山东	威海	60000
66	烟台国际博览中心	山东	烟台	59360
67	包头国际会展中心	内蒙古	包头	58000
68	重庆国际会议展览中心	重庆	重庆	57000

序号	场馆名称	省区市	城市	可租面积（平方米）
69	八角湾国际会展中心	山东	烟台	56000
70	青岛国际会展中心	山东	青岛	55910
71	泸州国际会展中心	四川	泸州	54000
72	晋阳湖国际会展中心	山西	太原	52000
73	湖南国际会展中心	湖南	长沙	50000
74	武汉国际会展中心	湖北	武汉	50000
75	武汉客厅中国文化博览中心	湖北	武汉	50000
76	南康家居美学馆	江西	赣州	50000
77	潍坊鲁台会展中心	山东	潍坊	50000
78	大连世界博览广场	辽宁	大连	50000
79	广东（潭洲）国际会展中心	广东	顺德	50000
80	亳州会展中心	安徽	亳州	50000
81	晋江国际会展中心	福建	晋江	50000